



# Administración Globalizada

enfocada en emprendimiento  
y competencias



ISBN 978-9942-21-291-7

Compiladores:

Alexandra Verduga Pino  
David Max Olivares Alvares  
Janeth Moreira Zambrano

**Universidad Técnica de Manabí**  
Facultad de Ciencias Administrativas  
y Económicas

**Administración Globalizada Enfocada en  
Emprendimiento y Competencias**

Alexandra Verduga Pino  
David Max Olivares Alvares  
Janeth Moreira Zambrano

Ing. Vicente Félix Véliz Briones Mg. Inf.  
Rector de la UTM

Msc. Max Olivares Alvares  
Director CIDE

Ing. Mara Molina de Lozano Mg. Sc.  
Vicerrectora Académica UTM

Ph.D. José Lazaro Quintero Santos  
Director Adjunto CIDE

Ab. Gary Loor Fernández  
Secretario General UTM

Ing. Gabriela Mancero Arias  
Directora Financiera

Ing. Gladys Saltos Briones, Mg. Gp.  
Decano Facultad de Ciencias  
Administrativas y Económicas

Ing. Liliana Figueroa Jara  
Directora Académica

Ing. Janeth Moreira Zambrano MSc..  
Vicedecana de la Escuela de Economía

Msc. Mercedes Navarro Cejas  
Directora de Publicaciones

### Coordinadores:

Alexandra Verduga Pino  
David Max Olivares Alvares  
Janeth Moreira Zambrano

ISBN 978-9942-21-291-7

1° Edición, Enero 2016

Edición con fines académicos no lucrativos.

Impreso y hecho en Ecuador

Diseño y Tipografía: Lic. Pedro Naranjo Bajaña

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, integra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquiera otro, sin la autorización previa por escrito al Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador y la Universidad Técnica de Manabí.

Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador  
Cdl. Martina Mz. 1 V. 4 - Guayaquil, Ecuador  
Tel.: 00593 4 2037524  
<http://www.cidecuador.com>

Universidad Técnica de Manabí  
Av. Urbina y Che Guevara  
Tel.: 00593 4 2633357  
<http://www.utm.edu.ec>

---

## Comité Editorial

---

Emmanuel Leite  
Federico Cuesy R  
Francisco Barroso  
José Cortés  
José Lázaro Quinteros  
Magda Cejas Martínez  
Mercedes Navarro Cejas  
Roger Prado Lafuente

---

## **Autores**

---

Ana Lucia Quispe  
Ariana Pacheco  
Carlos Arcos Guerrero  
Claudia Magali Solarte Solarte  
Galo Ramírez Vásquez  
Juan Alfonso Rivas  
Julio César Tapia León  
Luis Enrique Ortiz Ospina  
Magda Cejas Martínez  
Mario Patricio Padilla Martínez  
Martha Lida Solarte  
Mercedes Navarro Cejas  
Montero Yilena

## INDICE

Prologo.....Pág. 9

### Capítulo I

#### **ADMINISTRACIÓN Y COMPETENCIA**

1. Las competencias estratégicas del emprendedor en tiempos de complejidad..... Pág. 12  
*PhD. Magda Cejas Martínez*
2. Motivaciones que impulsan a los emprendedores de la ciudad de Pasto (Colombia).....Pág. 23  
*Msc. Claudia Magali Solarte Solarte.*

### Capítulo II

#### **ESTUDIO DEL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO POR COMPETENCIAS. LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.**

3. La valoración de la formación profesional por competencias en la gerencia de la administración de empresas: factor clave en tiempos de innovación.....Pág. 40  
*PhD. Magda Cejas Martínez*  
*Msc. Galo Ramiro Vasquez Acosta*
4. Análisis de contextos educativos como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de Pasto.....Pág. 56  
*Msc. Martha Lida Solarte*  
*Msc. Carlos Arcos Guerrero*
5. Estudio del desarrollo del talento humano en función de la economía del conocimiento.....Pág. 77  
*Msc. Pacheco, Ariana*  
*Ing. Juan Alfonso Rivas*  
*Msc. Mercedes Navarro Cejas*

### Capítulo III

#### **GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO / DESARROLLO REGIONAL Y ECONOMÍA POPULAR**

6. El emprendimiento en la economía popular y solidaria.....Pág. 87  
*Msc. Julio César Tapia León*

7. El juego del emprendimiento y el emprendimiento como un juego. Taller de la creatividad empresarial.....Pág. 99  
*Msc. Luis Enrique Ortiz Ospina*
8. Diagnóstico y Perspectivas de emprendimiento como instrumento de desarrollo en la provincia de Pastaza.....Pág. 109  
*Lic. Mario Patricio Padilla Martin*  
*Msc. Ana Lucia Quispe Otacoma*
9. Estudio Diagnostico Evaluativo en el sector PYMES del Cantón Latacunga: Una mirada a la gestión empresarial y administrativa.....Pág. 129  
*Msc. Yilena Montero Reyes*
10. Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de las PYMES comerciales de la ciudad de Ambato.....Pág. 144  
*Msc. Ana Lucia Quispe Otacoma*



## PRÓLOGO

En últimos años, aun cuando los países en el mundo se han encontrado en crisis además de los procesos de complejidad que ello implica, el emprendimiento, sus actores y sus competencias se han convertido en un eje preponderante en el entorno empresarial, académico y en particular en el ámbito administrativo. En el caso de los países de América Latina, ser emprendedor implica ya una necesidad de carácter social, esto en virtud de los grandes requerimientos que la sociedad latinoamericana tiene en términos de la innovación, creatividad y de las propias competencias para sostenerse en un mundo cada vez complejo y competitivo.

Ya es conocido en quienes nos movilizamos en el mundo del conocimiento que el cambio tecnológico e innovación empresarial reúne múltiples formas que determina el carácter variable, transformador e incluso global de los agentes que determinan el nuevo escenario mundial. Estos escenarios de carácter global nos proporcionan nuevos enfoques que permiten considerar como factor clave en el desarrollo de la economía del conocimiento, el liderazgo, las capacidades y habilidades de las personas.

Es así que el espíritu innovador que identifica al emprendedor permite que se incorporen nuevos mecanismos, nuevas ideas para mejoras del entorno y en correspondencia a estas mejoras para el mundo. Las transformaciones que se observan producto de los procesos globales conllevan a considerar diversas tendencias que se vinculan como ejes principales en la sociedad del conocimiento, siendo procesos articuladores de la economía moderna abriendo un sinfín de oportunidades en las instituciones educativas y en el mundo en general.

Reunir profesionales de diversos países en un libro que agrega valor a la sociedad del conocimiento es un esfuerzo único y esmerado que el Centro de Investigación de Ecuador CIDE tiene nuevamente el privilegio de ofrecer a la comunidad científica de Ecuador y del mundo. El libro titulado: Administración Globalizada enfocada a Emprendimiento y Competencia ofrece sin lugar a dudas alternativas de lectura asociadas a estos tres grandes escenarios: administración, emprendimiento y Competencias.

La administración hoy en día es comprendida como el proceso que engloba el análisis, las decisiones y acciones que emprende una organización para crear y sostener ventajas competitivas que implique grandes desafíos que se incorpore en estrategia de mediano y largo plazo, el emprendimiento vinculado a la empresa, a la administración se entiende como aquel motor de crecimiento, que es fuente de riqueza y que proporciona a través de las personas ( emprendedores) innumerables opciones de valores, actitudes, habilidades y competencias que centra su atención a fortalecerla competitivamente.

El primer capítulo titulado: Administración y Competencias refleja el aporte de investigadores que propician en el marco del conocimiento científico consideraciones que asocian a la persona y sus competencias en la sociedad del conocimiento. Esto implica reconocer que el talento humano es un

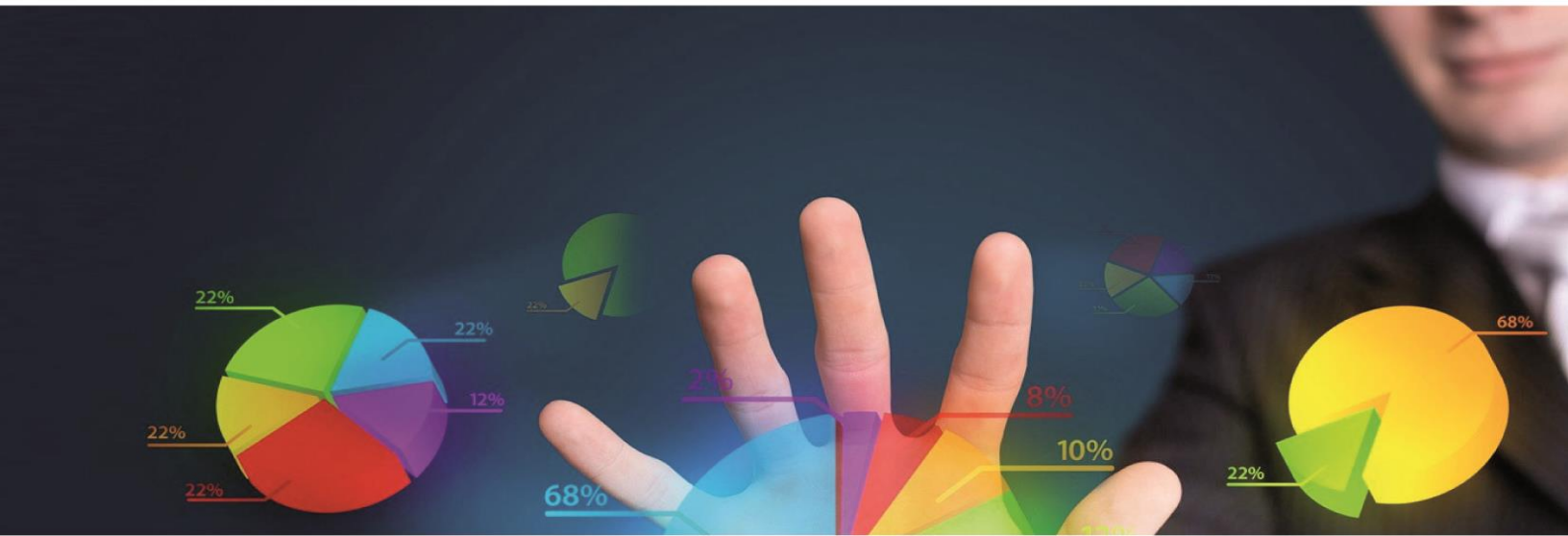
elemento de vital importancia en la creación de oportunidades que todo proceso empresarial/emprendedor debe considerar. Estas capacidades, conlleva a dar fe de la gran importancia que desde la perspectiva administrativa se genera en los conocimientos, habilidades vinculadas a los procesos de gestión, planificación, dirección y control del mundo de los negocios. Los aportes de los investigadores en esta área dejan en evidencia su trayectoria en el ámbito de esta línea de investigación enfocada en el marco de la complejidad del mundo actual.

El segundo Capítulo del Libro titulado: Gestión Del Emprendimiento / Desarrollo Regional Y Economía Popular, hace mención a las diferentes perspectivas que da cuenta el desarrollo regional e internacional en el ámbito del emprendimiento. Los investigadores que presentan sus aportes exponen la inmensa cantidad de cambios imprevisibles que se propician en el emprendimiento, lo cual conduce a las necesidades de concebir una perspectiva más amplia de la administración, del emprendimiento y por ende de las competencias que esto implica. El aporte de los diagnósticos que en materia de emprendimiento realizan no solo de Ecuador sino de otros países determina el valor que tiene este aspecto en el mundo de los negocios. Por tanto se reconoce en esta nueva producción intelectual del CIDE los múltiples intereses que incorpora esta temática, se trata así entonces de presentar aportes en el ámbito del diagnóstico.

Así entonces como prologuistas de este libro, no podremos nunca compararnos con la trayectoria académica que presenta cada uno de las contribuciones de estos autores, dado que la presentación y el grado de profundidad que demuestran en sus contenidos reflejan el conocimiento del área que aquí se presentan.

Msc. Alexandra Verduga Pino. Universidad Técnica de Manabí.

Msc. Galo R. Vásquez. Director del CEAC-Latacunga. Universidad de las Fuerzas Armadas.



# CAPÍTULO 1

---

# ADMINISTRACIÓN Y COMPETENCIA

---

## LAS COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS DEL EMPRENDEDOR EN TIEMPOS DE COMPLEJIDAD

**Phd. Magda Cejas Martínez**

mfcejas@espe.edu.ec

Docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas - Becaria ateneo. SENESCYT, Ecuador

### **Resumen**

La noción de competencias laborales hoy en día es un factor estratégico en las organizaciones, dado que se sitúa en la mitad del camino entre los saberes y en las habilidades concretas, por lo cual para muchos tratadistas las competencias es inseparable de la acción dado que el hacer es fundamental para la certificación, tomando en cuenta el conocimiento como pilar y esencia del proceso de aprendizaje. Por otro lado la complejidad surge porque operan múltiples lógicas y una diversidad de fuerzas externas e internas que constituyen un todo armónico y estable en las organizaciones y por ende en la gente, ello implica de alguna forma comprender que durante muchas décadas el estudio de lo económico y lo empresarial ha sido marcado por acepciones de equilibrio y de estabilidad, pero hoy las cosas son consideradas como un componente que determina nuevos horizontes, donde lo complejo se centra en la capacidad de redefinir y adaptar esquema, procesos, técnicas de los asuntos que se generan en el entorno, pero, teniendo en cuenta los procesos de aprendizaje. Por tanto el emprendedor es un actor clave en las organizaciones y está permanentemente desarrollando ideas en base a las oportunidades, disponibilidad de los recursos y lógicamente innovando, para ello es necesario apuntalar sobre sus competencias. Este trabajo de investigación apunta hacia la necesidad de destacar las competencias del emprendedor en ambientes altamente complejos.

**Palabras Claves: Formación Profesional, Competencias y Emprendedor.**

### **Abstract**

The notion of job skills today is a strategic factor in organizations, since it is at halfway between knowledge and specific skills, which for many writers skills is inseparable from action since the making is essential for certification, taking into account the knowledge as the foundation and essence of the learning process. On the other hand the complexity arises because multiple logical and operate a variety of external and internal forces that constitute a harmonious and stable especially in organizations and therefore on people, this implies somehow understand that for many decades the study of economics and business has been marked by meanings of balance and stability, but today things are considered as a component that determines new horizons, where the complex is focused on the ability to refine and adapt scheme, processes, techniques of the issues generated in the environment, but, considering the learning process. Therefore the entrepreneur is a key player in organizations and is constantly developing ideas based on opportunities, availability of resources and logically innovating, for it is necessary prop on their skills. This research points to the need to highlight the skills of the entrepreneur in highly complex environments.

**Keywords: Training, Skills and Entrepreneur.**

## 1. Introducción

Actualmente se conoce en el campo de la Administración en General la profunda crisis mundial que ha traído consigo las grandes transformaciones de carácter político, económico, social, y hasta cultural, esta crisis ha generado que muchos de los tratadistas y especialistas en el área administrativa y organizacional – Castell- Capra- Porter- Etkin entre otros, los cuales han caracterizado la crisis como una de la más compleja y multidimensional que ha afectado a las organizaciones, instituciones y sociedad en general, provocando así diversos escenarios relacionado con los factores antes mencionados. Por tanto, la crisis económica sin lugar a duda está presente en todos los países inclusive ha arrojado a múltiples escenarios políticos, intelectuales, morales, tecnológicos, sociales y no deja de ser compleja pero al mismo tiempo importante para aquellas organizaciones que desean superarla asumiendo los grandes cambios y transformaciones en el marco del desarrollo de las naciones.

Muchos son los informes internacionales que denotan el panorama mundial sobre América Latina y el Caribe, determinando a través de diversos indicadores evidencia de los efectos la crisis internacional sin precedentes a nivel mundial que ensombrece la economía y la administración de los países. En este sentido, es conveniente señalar que la complejidad se puede considerar como un mecanismo (organizado, programado y hasta natural) pero más aún como un sistema complejo de base social, político y técnico. La complejidad surge porque operan múltiples lógicas y diversidad de fuerzas que constituyen un todo armónico y estable. Lo que implica de alguna forma comprender que durante muchas décadas el estudio de lo económico y lo empresarial ha sido marcado por acepciones de equilibrio y de estabilidad, pero hoy las cosas son consideradas como un componente que determina nuevos horizontes. Etkin (2010).

Por ello, el acelerado proceso que se deriva de las innovaciones ha permitido el acceso masivo a la información y a la comunicación traduciéndose en el ámbito económico y organizacional en profundos cambios en la estructura de la producción, el comercio y el financiamiento a nivel mundial. Benavides Espínola (2002) a tenor de lo expuesto plantea:

...este mundo global y complejo es considerado el mundo de los mundos, crece la velocidad con los aportes de la tecnología y las comunicaciones, manifiestas en el posicionamiento creciente de los e-business, generando impactos de contextos ampliados y entrópicos con los que instituciones y organizaciones aprenden a cohabitar y a crecer. p.3.

No cabe duda, que la complejidad del mundo actual ha ocasionado sustanciales transformaciones desde la década de los noventa en los distintos escenarios sociales, políticos, empresariales, institucionales y académicos, introduciendo, un cambio de paradigma que rompe con esquemas tradicionales, para dar paso a nuevas formas de gestión organizacional que condicionan las nuevas exigencias y por ende la complejidad, que a la vez conlleva a la internalización de capitales permitiendo la adopción de nuevas posturas competitivas, que son producto de las nuevas economías desarrolladas en un entorno económico-social, caracterizado por los nuevos matices de la sociedad actual. Mujica (2007), Cejas y Grau (2008), Ibáñez Y Castillo (2009), entre otros.

En este orden de ideas, para los tratadista del tema organizacional y de administración, hoy el mundo vive en una transición establecida desde el inicio de una nueva etapa del capitalismo mundial,

que transita del esquema de capitalismo financiero al capitalismo del conocimiento, dándole protagonismo a la globalización, a las nuevas formas de organización del trabajo, a la flexibilización productiva y a la educación en todos los escenarios.

Así entonces, Castell, M (1997, p.152) apuesta por la revolución tecnológica la cual ha permitido superar fronteras creándose una reestructuración del sistema capitalista para generar nuevos mecanismos complejos de cara a un sistema de gestión de conocimiento que se gesta desde la década de los ochenta, creando así un nuevo sistema alternativo de organización que permita la concentración de nuevas estructuras organizativas que dé cuenta a un nuevo modo de desarrollo, de informacionalismo.

Estos cambios han generado una nueva carrera de dimensión planetaria que centra su atención en el mundo de la complejidad pero también en la competencia por el conocimiento, por la construcción de los sistemas adecuados para producirlo y por las condiciones para que diferentes sectores sociales aprovechen ese conocimiento para resolver los problemas. A tenor de lo expuesto, Porter (2003:163-202) expone “...en un mundo en que la competencia es cada vez más internacional, las naciones resultan más importantes y no menos, como la base de la competencia se ha desplazado cada vez más hacia la creación y asimilación de conocimientos, ha aumentado la importancia del papel de la nación. La ventaja competitiva se crea y se mantiene a través de un proceso muy localizado. Las diferencias de una nación en valores, culturas, estructuras económicas, instituciones e historia contribuyen todas ellas al éxito competitivo”.

En este sentido, cabe destacar que el paradigma de la complejidad comienza a tomar forma a principio del siglo XX, cuando hace presencia la visión mecanicista del mundo (Capra, 1998), por tanto parte del reconocimiento de que la realidad no se comporta de forma mecánica, determinista, previsible, lineal y es que el conocimiento de la misma resulta necesariamente fragmentario e incompleto. De manera absolutamente característico la complejidad fue definida por Morín (1996:21) como algo que no puede resumirse en una palabra maestra, o retrotraerse a una ley, o reducirse a una idea simple, un fenómeno de carácter complejo es que es inaprensible, inacabado, ambiguo, inalcanzable para algunos, en virtud no solamente de la cantidad de interacciones que sus componentes sostienen entre sí, con la unidad que los integra y con el ambiente que les rodea, pero también en virtud de su carácter dialógico, poli causal y difuso, condiciones estas que aplican fundamentalmente en el ámbito de la incertidumbre.

Por lo cual el abordaje de la complejidad se comprenderá como el proceso que es considerado por la organización o las personas como un espacio donde coexisten orden y desorden, razón y sinrazón, armonías y disonancias. Hay en estas relaciones fuerzas que están operando en un sentido complementario, pero también divergente o indiferente. En este sentido, la complejidad también tiene que ver con los intercambios en un ambiente incierto y cambiante, con una competencia agresiva, donde la innovación tecnológica lleva el acortamiento de los ciclos de renovación tanto en métodos y equipos de producción como en bienes y servicios finales.

La complejidad así, en las organizaciones siguiendo a Etkin, Morín, Desss Lumpkin Eisner trata de un sistema complejo, de base social, política y técnica donde operan múltiples fuerzas que no operan o no se conjugan en un modo armónico o estable. Compleja porque el sistema tiene un diseño y acuerdos constitutivos, presentando la capacidad de redefinir y adaptar esquemas cuyas reflexión

permite procesos de aprendizaje. , determinando así que los cambios resulten sobre la base de un dialogo, debate o interacción social cotidiana. Etkin (ob.cit:29)

En este sentido y a tenor de lo expuesto los procesos complejos son aquellos que funcionan en un sistema socio técnico que interactúa con un medio inestable donde las personas tienen la emergente necesidad de adaptarse y luchar por este entorno complejo. Esto implica que las organizaciones se mantienen y crecen en el marco de un contexto incierto y cambiante, para el cual producen bienes o prestan servicios. Por tanto definir la organización en el marco de la complejidad implica caracterizarla sobre la referencia de pautas de relación estables que comparten individuos, grupos y que les permite realizar un esfuerzo coordinado, aun cuando el contexto cambiante también requiera una adaptación de sus escenarios cuyas transformaciones son extremadamente complejas y profundas que implique el manejo de los tiempos, a los efectos de anticiparse a los movimientos de otros oferentes del entorno competitivo.

## **2. Revisión de la Literatura**

### **2.1 Las Competencias. Su evolución y su alcance**

Con los procesos mencionados con antelación- apertura económica, globalización, tecnología de información y comunicación- las empresas han empezado a reconocer que la principal forma de identificar las competencias de las personas es a través de la diferenciación en el marco de su desempeño profesional. En este orden de ideas las competencias entendidas como aquellas características subyacentes de la persona y que se manifiestan en el desempeño de sus actividades laborales, son necesarias para que las organizaciones a través de su gente logre la competitividad esperada, de esta manera hoy ha cobrado una gran importancia en las organizaciones por cuanto las personas competentes orientan sus esfuerzos competitivos a fortalecer sus capacidades y su talento. Muchas son las empresas que han adoptado como estrategia las competencias laborales con la finalidad de atribuirse factores competitivos gracias al desempeño y los resultados de las personas que laboran en ella.

El énfasis que establece la Organización Internacional del Trabajo (2010,) sobre las crecientes transformaciones que se han originado por las nuevas tecnologías, la información y la comunicación en la vida laboral, así como la evolución global de la economía mundial siguen incidiendo en la necesidad de incrementar en las personas sus competencias , los diversos tipos de destrezas y comportamientos que se constituyen en agentes contribuyentes de la adaptación de estos cambios que se suscitan en el entorno social y laboral.

De esta manera se pone en evidencia que el fomento de las competencias se acentúa en el campo laboral por la necesidad cada vez mayor de incrementar las competencias siendo preciso respaldarlas a través de una educación permanente y de procesos formativos eficaces. La formación por competencia, ofrece abordar de una manera más real lo que verdaderamente se quiere de las personas para el desempeño en su puesto de trabajo. Por lo tanto la noción de competencia implica que el desempeño sea efectivo en el que los individuos puedan ir desarrollándose en término de autonomía. Es en definitiva una forma distinta de establecer y abordar los propósitos formativos en base a las competencias que posee las personas.

## 2.2 Las competencias en el Emprendedor

Es evidente que la formación por competencia es un sistema que pretende ser un enfoque integral que busca vincular las características subyacentes de las personas con el desempeño que esperan obtener. Para Mertens (1999, p. 16) el desempeño efectivo es útil para sobresalir como empresa y como individuo, se busca siempre un desempeño superior. Esto tiene que ver con la escuela conductista norteamericana que ha tenido mucho éxito, dado que la base de la pirámide en las organizaciones la constituye el desempeño efectivo de las personas.

Hoy en día las destrezas, los conocimientos y las competencias se centran en el desarrollo de aquellas competencias que son vinculante al desarrollo profesional pero además necesarias para lograr los objetivos estratégicos y tácticos que tenga la persona como plan, en especial aquellos que se pretendan alcanzar en virtud de las potencialidades que pueda poseer esa persona. Habrá que tomar en cuenta que las nuevas tendencias en el mundo de la economía y del trabajo son precisamente mucho más cambiantes.

Repetidamente se ha comprobado, en ocasiones a través de experiencias no tan agradables, que estar "mejor preparado" significa contar con un contingente humano integrado, sólidamente formado, motivado, comprometido, actuando coordinadamente y que aplique todo su potencial al logro de los objetivos. De esta forma en el plano que ocupa esta investigación el liderazgo, desempeño, cultura organizacional, coaching, empoderamiento, son componentes que identifican los procesos que son vinculantes al desarrollo de competencias de un emprendedor.

En la actualidad se genera una gran transición que se vislumbra desde los insumos que puede una persona tener hasta los impactos correspondientes, por ejemplo insumos serian aquellas horas de trabajo, estudios, contenidos que han sido producto de sus propios estudios profesionales, y los impactos que tienen relación con el aprendizaje, las habilidades, los logros, las aptitudes y también con los conocimientos, esto permitiría articular muchas de las profundas transformaciones que en la práctica forman parte del desempeño del emprendedor y de la sociedad del conocimiento.

Las competencias, hace referencia entonces a la capacidad para utilizar conocimientos, destrezas y habilidades personales, sociales o metodológicas, en situaciones de trabajo o estudio y en el desarrollo profesional y personal. En el contexto del Marco Europeo de Cualificaciones (MEC) la competencia se describe en términos de responsabilidad y autonomía. MEC enumera tres tipos o categorías: Las competencias básicas o instrumentales son las asociadas a conocimientos fundamentales y se adquieren en la formación general. Entre estas competencias están la habilidad para la lecto-escritura, la comunicación oral y el cálculo. Por lo tanto se define como una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada, en este caso la actividad laboral a la que hace referencia este artículo seria la que realiza y/o desempeña el emprendedor, también es el resultado del conjunto de conocimientos, aptitudes, actitudes y rasgos de personalidad que se requieren para ejecutar con éxito una responsabilidad.

Aun cuando este trabajo de investigación apunta hacia las estrategias de los emprendedores, importante señalar que el surgimiento del enfoque de competencia está relacionado con las



transformación productivas – de interés para todo emprendedor- que a su vez se generaron en la década de los años ochenta, dónde la mayor exposición a la competencia mundial, la presión por el mejoramiento de la calidad y la reducción de costos fueron estrategias que se difundieron desde Japón hacia Occidente.

### 2.3 El Emprendedor y sus competencias

En Ecuador el emprendedor generalmente se encuentra en el desempeño de la dirección de las PYMES, por lo cual estas pequeñas y medianas empresas están registradas de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y el nivel de producción o activos que presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Así entonces este actor laboral, se encuentra desempeña sus actividades en el sector comercio, agricultura, silvicultura y pesca, industrias manufactureras, construcción, transporte, almacenamiento, bienes inmuebles, desvíos comunales, sociales y personales.

Este orden de ideas, hace posible comprender la relevancia que tiene el micro empresario siendo la mayoría emprendedores. Para Vainrub, R (2009) ser un emprendedor implica ser la persona que es capaz de identificar oportunidades, conseguir los recursos materiales y humanos para dar cuerpo y alma a lo que en un inicio fue solo una idea. Implica ¡convertir sueños en realidades! Los informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) establecen que el espíritu emprendedor es uno de los factores más importantes del desarrollo económico de los países

Emprender así según Vainrub, R (2009, p.31) un proyecto no resulta tarea fácil, el inicio de todo proyecto emprendedor parte según el especialista de tres factores, importante destacarlo:

1. El emprendedor genera las ideas
2. El emprendedor podrá modificar las ideas
3. El emprendedor consigue los recursos.

En este sentido, analizar oportunidades de emprendimiento conlleva a evaluar si tienen ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, que permitan garantizar el éxito.

De esta manera, las competencias de un emprendedor [son aquellas características personales clave que promueven y mantienen la eficacia en una empresa de alto desempeño. Definen lo que la persona es y se reflejan en todo lo que hacen, son características particulares que van desde aspectos profundos y centrales del individuo hasta aspectos observables y modificables con relativa facilidad] teniendo en cuenta que esta definición esta entrelazada con características personales que determinan un desempeño superior relacionado con las teorías expuestas por Mc Clelland según las cuales en cada trabajo algunas personas se desempeñan mucho más eficiente que otras utilizando diferentes formas y conducta para realizarlo, de modo que la mejor forma de identificar las competencias que conducen a un desempeño superior es estudiar a los más destacados. Urdaneta Ballen (2012, p. 255).

## 2.4 Tipos de Competencias

Cejas, Magda (2014, p. 152) cita a McClelland (1973) clasifica las Competencias en Técnicas y Genéricas, entendiéndose por las primeras aquellos conocimientos, habilidades y destrezas (parte superior del iceberg) y por las segundas, es decir las genéricas la parte blanda, es decir, las actitudes, rasgos, motivos, rol social e imagen en sí mismo (base del iceberg).

Una definición sobre Competencias Generales o Básicas: estaría planteado desde el punto de vista formativo como aquellas adquiridas previamente al ingreso a un oficio (lecto-escritura, interpretar textos, aplicar sistemas numéricos, saber expresarse, escuchar).

En cuanto a las Competencias Técnicas o Específicas serían las habilidades específicas implícitas en el correcto desempeño de puestos de un área funcional específica. Definen un perfil concreto de la actividad. (Habilidad en el uso de computadores bajo ambiente Windows, Lectura e interpretación de planos).

Llopart Pérez X. Y Redondo Duran R. (1997, p.147) coincide con Mc Clelland (1973) estableciendo tres categorías de competencias individuales:

- ✓ Competencias Técnicas: los saberes o conocimientos específicos que permiten desarrollar la función o asumir las responsabilidades correspondientes a una ocupación y que es importante poseer, pueden tratarse de conocimientos teóricos o de lenguajes científicos y técnicos.
- ✓ Competencias Específicas: los “saberes hacer”, herramientas, métodos o las aptitudes que permiten desempeñar funciones o responsabilidades de un puesto de la manera que la organización espera, expresados en términos de capacidades observables.
- ✓ Competencias Genéricas: “los saberes ser” características personales (capacidades, actitudes, rasgos y comportamientos) que permiten al individuo comportarse dentro de su ocupación de la manera que la organización pide a sus empleados.

De igual forma coincidiendo con las clasificaciones anteriores resulta comprensible destacar la estructurada por Vargas, Fernando (2008) quién destaca en sus prescripciones tres grupos las básicas, las genéricas y las específicas:

- ✓ Las básicas, se orientan a habilidades para la lectura, escritura, comunicación oral y matemáticas.
- ✓ Las genéricas están dadas por desempeños en diferentes sectores o actividades, por lo general en relación con el manejo de equipos.
- ✓ Las específicas se refieren a las ocupaciones concretas y no transferibles fácilmente.

Así entonces, la combinación de la aplicación de conocimientos, habilidades o destrezas son los objetivos y contenido del trabajo a realizar donde se expresa en el Saber, el Saber Hacer y el Saber.

Tomándose en cuenta lo siguientes aspectos:

- Transmite saberes y destrezas manuales.
- Incrementa la capacidad de las personas.
- Combina aspectos culturales, sociales y latitudinales.

Existen en la actualidad un gran número de autores y especialistas que hacen énfasis en las diversas competencias existentes, la tabla 1 refleja un menú de competencias.

**Tabla 1.** Menú de Competencias.

| TIPOS DE COMPETENCIAS                                       | COMPETENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Competencias relacionadas con las metas y la acción         | Orientación a la eficiencia.<br>Pro actividad<br>Diagnóstico y uso de conceptos.<br>Preocupación por el impacto.<br>Preocupación por el orden y la calidad.<br>Iniciativa<br>Búsqueda de información                                                                    |
| Competencias relacionadas con el conocimiento especializado | Atención a la función, producto o tecnología<br>Reconocimiento de utilidad.<br>Memoria.                                                                                                                                                                                 |
| Competencias relacionadas con el liderazgo                  | Auto confianza<br>Presentaciones orales.<br>Pensamiento lógico<br>Conceptualización.                                                                                                                                                                                    |
| Competencia relacionada con los recursos humanos:           | Uso del poder socializado.<br>Relacionarse positivamente<br>Gestión de grupos<br>Correcta auto evaluación.                                                                                                                                                              |
| Competencias relacionadas con la dirección de subordinados: | Desarrollo de personas, Uso del poder unilateral<br>Espontaneidad. Desarrollo de otros.<br>Dirección, asertividad y uso posicional del poder.<br>Trabajo en equipo y cooperación<br>Liderazgo de equipos                                                                |
| Competencia personal:                                       | Conciencia de uno mismo:<br>Conciencia emocional.<br>Valoración adecuada de uno mismo<br>Confianza en uno mismo<br>Autorregulación: Auto control, Confiabilidad<br>Adaptabilidad, Integridad, Innovación.<br>Motivación: Motivación de logro, Compromiso.<br>Optimismo. |

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Competencias Cognoscitivas          | Pensamiento analítico, Pensamiento conceptual, Profesionalidad o gestión experta.                                                                                                                                                                                                       |
| Competencia de Impacto e influencia | Impacto e influencia, Conocimiento organizativo. Construcción de relaciones.                                                                                                                                                                                                            |
| Otras competencias.                 | Autocontrol, Objetividad, Resistencia y adaptabilidad<br>Compromiso con las relaciones, Despreocupación por el rechazo. Integridad., Diversión en el trabajo.<br>Adecuada auto evaluación, Interés afiliativo.<br>Comunicación por escrito, Visión. Comunicación.<br>Estilo de enseñar. |

**Fuente:** Elaboración Propia a partir de Leyle M. Spencer y Signe M. Spencer (1992), Daniel Goleman (1996-1997), Richard Boyatzis.

Estas competencias es muy probable que estén presentes en el accionar de los emprendedores en todas sus actividades por cuanto el emprendedor para generar su negocio requiere de múltiples habilidades, destrezas pero también competencias que les permita reconocer dónde se encuentra realmente la oportunidad de negocio.

Esto significa la necesidad de que el emprendedor pueda estar atento a la aparición de oportunidades en las más variadas circunstancias y momentos.

#### 4. Metodología

La autora en virtud de la experiencia que ha tenido en el estudio de la formación por competencias, formación profesional y recursos humanos; se planteó el desarrollo de este artículo sobre los fundamentos de una investigación bibliográfica que se genera en los principios clásicos de la búsqueda de información y además en la compilación del objeto de estudio que se trate. Así entonces esta investigación es producto de la investigación documental y empírica. Por lo cual se esboza todo el contenido integralmente en función de las fuentes de primera mano y de segunda que se consultaron.

#### 5. Conclusiones

##### 5.1 Identificar Competencias en un Emprendedor: un factor innovador en tiempos complejos.

A modo de comprensión de la autora, hay que tomar en cuenta que el emprendedor es la persona cuya características internas les permite tener la percepción de lo deseable en una determinada oportunidad de negocio, en consecuencia este- el emprendedor- siempre estará pendiente de una oportunidad de negocios que le resulte atractivo y donde el tenga alternativas diversas para alcanzar el éxito que espera, por esto, la ventaja competitiva esta precisamente en las competencias que tenga el emprendedor en tiempos aun adversos a las circunstancia que el transita.

En consonancia a lo expresado algunas de las competencias implícitas en un emprendedor seria:

- 1- **Análisis de problemas:** Capacidad para identificar y comprender las causas, dinámica, efectos, factores influyentes y condiciones coadyuvantes, en una situación problemática o problema de carácter complejo, sobre la base de la consideración sistemática de los aspectos contextuales y de sus componentes intrínsecos y extrínsecos, con el propósito de identificar y definir la solución más conveniente. Se caracteriza en el emprendedor por la habilidad para interpretar, analizar, sintetizar y evaluar opciones y condiciones.
- 2- **Autoconfianza:** Es la capacidad que tenga el emprendedor para asumir retos, optar por un curso de acción, seleccionar una alternativa, escoger un enfoque metodológico, resolver problemas y/o enfrentar condiciones de incertidumbre, con la convicción y la confianza de poder hacerlo y de salir airoso(a). Se caracteriza por la actitud de confianza que represente el emprendedor ante las posibilidades propias, sobre la base del conocimiento y/o de la experiencia.
- 3- **Capacidad para innovar:** Es la capacidad que tenga el emprendedor para adoptar nuevos enfoques y trascender paradigmas o modelos convencionales, visualizando nuevas maneras de hacer las cosas, con el propósito de generar nuevos productos, técnicas o métodos. Se caracteriza por la flexibilidad de pensamiento y la actitud de apertura ante opciones no convencionales, así como por el manejo amigable de divergencias con respecto a lo convencionalmente aceptado.
- 4- **Captación y manejo de información:** Es la inquietud y la curiosidad de saber más sobre cosas, temas o personas. Implica el ir más allá de realizar las preguntas de rutina o requeridas normalmente en el trabajo. Igualmente implica profundizar o presionar para conseguir la información más exacta, resolver discrepancias a través de preguntas; acudir al entorno en búsqueda de oportunidades o información que pueda ser útil en el futuro.
- 5- **Espíritu empresarial (o emprendimiento):** es considerado el fenómeno asociado con la actividad empresarial. Habilidad de un individuo para convertir ideas en acción; incluye creatividad, innovación y toma de riesgos, así como la capacidad para planear y administrar proyectos con el fin de alcanzar los objetivos trazados. Los empleadores han de estar conscientes del contexto de su trabajo y al mismo tiempo, habrán de estar en condiciones de ponderar el riesgo de cada oportunidad. Conjunto de habilidades y conocimientos más específicos que se requieren por los emprendedores para establecer actividades comerciales o sociales (European Training Foundation, citado por Cobo, Cristobal -2012-).
- 6- **Formación emprendedora:** es el cuerpo de conocimientos y habilidades necesarios para la preparación de la puesta en marcha de un negocio o empresa (GEM, 2010).
- 7- **Aprender a aprender:** competencia vinculada al aprendizaje, a la capacidad de emprender y organizar un aprendizaje ya sea individualmente o en grupos, según las necesidades propias del individuo, así como a ser conscientes de los métodos y determinar las oportunidades disponibles.

- 8- Liderazgo:** Es la capacidad para inspirar y guiar a otros hacia el logro de objetivos compartidos, así como para influir sobre su conducta hacia el desempeño deseado, en el contexto de las exigencias del negocio y de los principios y valores de la organización. Se caracteriza por la habilidad para establecer y desarrollar relaciones interpersonales, motivando la participación de las personas en el logro de los objetivos.
- 9- Capacidad de negociación:** Capacidad para interactuar con otros hacia la generación de acuerdos y esquemas de cooperación recíproca, para solucionar problemas o impulsar propuestas de cambio, así como para ejecutar acciones que exigen compromiso de las partes, o proyectos de mejora de resultados del negocio. Se caracteriza por la habilidad para manejar transacciones, en un marco de intereses de partes y objetivos propuestos.

## 6. Referencias

7.

- Benavides, Espínola (2002). Competencias y Competitividad. Editorial Mc Graw Hill. Colombia.
- Capra, N (1992) El punto Crucial. Ciencia Sociedad y Cultura Naciente. Editorial. Troquel. Argentina.
- Castell, Manuel. La Era de la Información. Volumen I, II, III. Editorial Alianza. Madrid. España.
- Cejas y Grau (2008). La Formación de los Recursos Humanos un factor Estratégico en las Organizaciones. Editorial Trópicos .Caracas.
- Cobo, Cristóbal (2012). Proyecto Avanza. Competencias para la productividad Centroamericana en la Economía del Conocimiento y la Innovación. Fundación Omar Dengo - IDRC - OIT/CINTERFOR.
- Etkin, Jorge (2005). Gestión de la Complejidad. Ediciones Granica. México.
- Ibáñez y Castillo (2009) Epistemología de la Gerencia y sus Métodos. Editorial Comala.Com.
- Llopart Pérez Y REDONDO Durán (1997). La Gestión de los Recursos Humanos Aplicación del Método de Gestión con Base en Competencias. UB. Barcelona.
- Llopart, Xavier (1998). La Gestión de los Recursos Humanos en Base a Competencia. Análisis de Competencias en Empresas de Auditoría. Universidad de Barcelona.
- Morin (1999). Pensamiento Complejo. Paris Seuil. Col. Point.
- Mujica (2007) Estudio Contextualizado de la Administración en Venezuela. Editorial UC. Colección Biblioteca de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Carabobo. Valencia.
- Porret, Gelabert M. (1997). Dirección y Gestión de los Recursos Humanos en las Organizaciones. Aedipe. Asociación Española De Dirección De Personal. Universidad de Barcelona. España. Pp.33-207.
- Porter (2003). Ser Competitivo. Editorial Deusto. Barcelona. España.
- Porter, Michael (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Nueva York.
- Puchol, Luis (1995). Dirección y Gestión de los Recursos Humanos,.ESIC Editorial. España.
- The European Comission [Education and Training] (2011). The European Qualification Framework for lifelong learning (EQF)en URL: [http://ec.europa.eu/eqf/terms\\_en.htm](http://ec.europa.eu/eqf/terms_en.htm)
- Tuning, P. (2003). Tuning Educational Structures in Europe. Informe final, Bilbao, Universidad de Deusto.

## MOTIVACIONES QUE IMPULSAN A LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE PASTO (COLOMBIA)

**Msc. Claudia Magali Solarte Solarte**

[cmsolarte@incesmag.edu.co](mailto:cmsolarte@incesmag.edu.co)

*Institución Universitaria Cesmag*

### **Resumen**

El artículo es producto de la investigación titulada: “Análisis de las motivaciones que impulsan a los emprendedores de la ciudad de Pasto”, cuyo objetivo general consistió en analizar las motivaciones que impulsan al emprendimiento en la ciudad de Pasto en el periodo 2011-2013. Se realizó el estudio bajo el enfoque de investigación cuantitativo, método empírico-analítico y tipo descriptivo. La población fue finita, conformada por los gestores de empresa, con una muestra de 347 personas con quienes se identificaron las motivaciones que los impulsaron a la creación de empresas e, igualmente, se determinó cuáles de ellas tienen mayor incidencia. Para un manejo de la información, se clasificaron según la adaptación realizada por Rodrigo Varela V. sobre la teoría de Albert Shapero, la cual las clasifica en positivas, negativas y neutras. Se encontraron diversidad de factores que los emprendedores han tenido en cuenta para la creación de empresas, ya sea desde la motivación familiar, la experiencia en negocios relacionados o desde los estudios realizados, o sea, desde apreciaciones empíricas o dentro de la objetividad y factibilidad con la que se puede apreciar el ámbito económico y social para generar recursos que colaboren con el desarrollo humano y social.

**Palabras clave:** emprendedor, emprendimiento, empresa, empresario, motivaciones de emprendimiento.

### **Abstract**

The article is the result of research entitled "Analysis of the motivations that drive entrepreneurs in the city of Pasto," whose general objective was to analyze the motivations that drive entrepreneurship in the city of Pasto in 2011-2013. The study under the focus of quantitative research, empirical-analytical and descriptive method was performed. The population was finite, consisting of business managers with a sample of 347 people with whom the motives that prompted the creation of businesses and, equally, it was determined which of them have the highest incidence were identified. For information management, they were classified as adapted by Rodrigo Varela V. on the theory of Albert Shapero, which classifies them into positive, negative and neutral. variety of factors that entrepreneurs have taken into account for the creation of enterprises, whether from family motivation, experience in business related or from studies, or were found from empirical findings or within objectivity and feasibility which you can appreciate the economic and social fields to generate resources to work with human and social development.

**Keywords:** entrepreneur, entrepreneurship, enterprises, entrepreneurial, entrepreneurial motivations.

## 1. Introducción

El tema está relacionado con la creación de empresas asociado al emprendimiento, fortalecido esto con la investigación, para constituirse en un razonamiento alrededor de la necesidad humana de autorrealización y trascendencia con base en el saber y en las prácticas emprendedoras. Para esto la investigación se centró en indagar sobre aquellas motivaciones que llevan a los individuos a constituir unidades empresariales o de negocios, y dentro de estas examinar las de mayor incidencia en el contexto de estudio.

A nivel del desarrollo histórico y político-económico internacional y nacional, el emprendimiento se puede ubicar dentro de los procesos de modernización de Colombia con base en la técnica, tecnología y educación que, sin constituir precisamente su comienzo, sí señala los inicios de la industrialización, lo cual significa un giro en la visión económica y sociocultural. En Colombia, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, se entra en un proceso de modernización de la economía (Safford, 1989), entendido esto como la creación de una estructura económica acumulativa, un estado que maneje y oriente la economía, un sistema político con amplia participación y decisiones orientadas por valores civiles y una cultura basada en la educación, en la ciencia y en la tecnología, con amplia movilidad de la estructura social (Melo, 1985).

En la primera mitad del siglo XX, con la industrialización para la sustitución de importaciones<sup>1</sup> se inicia un proceso de urbanización en el país, la aparición de mercados regionales internos sustentados por la economía cafetera y crisis de la producción latifundista a favor de un desarrollo agroindustrial y extractivo. Pero igual, a mediano plazo comenzó el problema ambiental, el marginamiento del campo y la violencia política que desplazó a los campesinos a las ciudades, abaratamiento de la mano de obra y desempleo, lo mismo que el retraso del trabajo científico e intelectual al privilegiar lo meramente técnico y productivo (Cerón, 1996).

En este contexto se hizo necesario pensar en alternativas que equilibraran la economía, dando protagonismo a la población en general para su planificación y utilidad dentro de la productividad, estableciéndose una sociedad del rendimiento donde todos pueden intervenir en la economía como población económicamente activa, presentándose el paradigma del emprendedor (El Ciudadano, 2012).

Particularmente, a la ciudad de Pasto, históricamente, se la ha considerado como de bajo emprendimiento<sup>2</sup>, por hacer parte de los territorios de periferia, considerada al margen de los proyectos de desarrollo nacional, para lo cual resulta interesante examinar en la ciudad de Pasto dichas motivaciones ya que éstas se pueden dar bajo condiciones económicas, políticas y socioculturales.

Así pues, la investigación resultó primordial para conocer sobre estas motivaciones y, a la vez, brindar elementos para que en el futuro se logre un contexto social favorable, al tener en cuenta los

---

<sup>1</sup> Durante la primera mitad del siglo XX se presentan en Europa los dos conflictos mundiales (1914 y 1945), lo cual frena la producción fabril de Europa y, por supuesto, las exportaciones de sus productos hacia América, por lo cual el joven continente se ve en la obligación de producir sus propios bienes de consumo, para lo cual se crean fábricas y precisamente sustituir las importaciones desde el viejo continente.

<sup>2</sup> “A partir de esta dinámica aparecen ciudades marginadas como Pasto, frente a otras con franca tendencia hacia la acumulación, concentración de funciones productivas, financieras y administrativas” (Cerón & Ramos, 1997, p. 7).



resultados de la investigación en relación con los objetivos estratégicos del Plan Regional de Competitividad (2010-2032), donde, específicamente, se encuentra el del emprendimiento y empresarismo, cuyo propósito central es: “Crear, fortalecer y fomentar empresas productivas y competitivas con procesos de innovación permanente que generen nuevos empleos y empleos de calidad” (p. 107).

## 2. Revisión de la literatura

Como antecedentes del problema, se consideraron las siguientes investigaciones: *El impacto diferenciado en los jóvenes de factores socio-culturales explicativos del emprendimiento* de Eduardo Gómez (2011), la cual tiene como objetivo determinar el efecto de variables socio-culturales tales como la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el miedo al fracaso, ejercen sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. *Actitudes hacia la creación de empresas en estudiantes de Ingeniería agroindustrial y Administración de empresas de la Universidad de Nariño* de Natalia Cabrera (2009), en la que se describe, a través de un modelo teórico -de actitudes empresariales de Liñán y Rodríguez-, las variables que intervienen para llevar a cabo iniciativas emprendedoras.

Así mismo, está el estudio: *Perfil del emprendedor ecuatoriano* de Wilson Araque (2006), el cual indaga sobre las características y cualidades del emprendedor, con información orientada a promover el espíritu empresarial. En el seminario de investigación: *Origen y perfil del joven emprendedor chileno* de Olga Barrios, Susana Bravo y Daniel Vargas, (2003), se indaga sobre características comunes del joven emprendedor chileno, sus motivaciones y dificultades. En el estudio *Rasgos y actitudes de los emprendedores* de Aranza Bilbao y Susana Pachano (2002), se propone un conjunto de cualidades del emprendedor, como: visión, confianza en sí mismo, iniciativa, autonomía, tolerancia al riesgo, perseverancia, flexibilidad e innovación, liderazgo orientado al logro, compromiso social, transparencia y conocimientos técnicos.

El estudio realizado ofreció la posibilidad de hacer una exploración alrededor del hecho empresarial en cuanto a su creación y como los procesos empresariales generen cambios en la percepción del papel que juega el ser humano en la generación de entes productivos, cuya nueva dinámica sitúa a la empresa como un recurso para el ser humano y no al contrario.

En cuanto a emprendimiento, según las visiones contemporáneas, se tiene que los conceptos se mueven bajo diferentes filosofías o concepciones de acuerdo al compromiso institucional y académico que se quiera asumir; por ejemplo, algunos conceptos resultan técnicos, como la definición que da Halloran (citado en Castillo, 2006): “El emprendedor es aquel que asume el riesgo de obtener beneficios o incurrir en pérdidas realizando operaciones empresariales; el emprendedor es un empresario potencial que lleva a cabo una aventura, la organiza, busca capital para financiarla y asume el riesgo” (p. 39), donde se puede apreciar que se delega toda la responsabilidad del emprendimiento a los individuos o a las comunidades, bajo una visión *aventurera* de quien trata de conquistar, en los ámbitos socioeconómicos, un puesto que quizá no le corresponda. Pensamiento diferente al de Patricio Ovalle (2012), quien dice:

Un emprendedor es un agente movilizador de la economía, un catalizador para que el futuro que queremos ocurra, pero no sólo depende de él, depende de todos y no podemos seguir esperando...

ahora debemos fortalecer el ecosistema emprendedor, generando acciones de reciprocidad hacia estos nuevos empresarios. (párr. 6).

Aquí ya se tiene en cuenta una correlación de fuerzas sociales en donde, si bien el emprendedor puede ser protagonista, de igual manera hace parte de un sistema solidario constituido por un conjunto de prácticas y conceptos que, ordenados entre sí, contribuyen al logro de determinado objeto.

En igual sentido, se tiene el concepto de emprendimiento que da la Ley 1014 de 2006, de Colombia, en términos formales: “Es una manera de pensar y actuar orientada a la creación de riqueza, centrada en oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado, riesgo calculado teniendo como resultado la creación de valor” (Artículo 1, lit. c), se habla de formal, en el sentido en que dicha ley trata de regular comportamientos dentro de unos parámetros de acción ideales y absolutos, o sea, por encima de contextos históricos, de realidades sociales y de los propios actores en sus actitudes ante sí mismos y ante la realidad.

Por otra parte, en cuanto a conceptos sobre motivación, Zepeda (2008) afirma que la motivación tiene que ver con una relación entre el individuo y su ambiente, en este sentido dice: “la motivación es la facultad humana de dar a la conducta una dirección específica, voluntaria e involuntariamente” (p. 175).

Según el mismo autor (p. 28-30), la motivación en el ser humano, supone la existencia de intenciones, libertad y voluntad; consiste en reacciones programadas genéticamente o aprendidas en el transcurso de su vida; afirma que es una fuerza psíquica capaz de mover al individuo en cierta dirección. Psicólogos, que siguen la escuela de estímulo-respuesta, conciben la motivación como el resultado de procesos asociativos y de conexiones aprendidas. Varela (2008), respecto a la motivación empresarial, menciona lo siguiente:

La primera etapa para la creación de empresas, la motivacional o de gusto... se define como el conjunto de elementos que afectan la decisión que la persona debe tomar sobre su plan para crear empresa, como: los factores educativos, culturales, sociales y del ambiente donde el empresario se desarrolla, que mejore su cultura empresarial, despliegue competencias empresariales, tenga algunas experiencias para que pueda contestar a la pregunta ¿Me gusta y estoy realmente interesado en llegar a ser empresario? (p. 189).

Por otra parte, es importante en el desarrollo empresarial tener en cuenta los procesos educativos y culturales; en referencia a esto, Allan Gibb (2011) relaciona el evento empresarial con el desarrollo cultural y la educación empresarial, para lo cual plantea cuatro componentes básicos en el desarrollo de una nueva empresa; para el presente artículo interesa el de *Motivación y determinación*, que se relaciona con todo el concepto de factores culturales y de entorno que facilitan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa. Aspectos como el apoyo que se puede obtener de la familia, de los socios, de las entidades, la actitud de la sociedad frente al proceso empresarial, los objetivos personales, las políticas de gobierno, las facilidades para el establecimiento de la empresa, los logros, sus experiencias y, sobre todo, su compromiso integral. Y el de *Habilidades*, que se conecta con el concepto de conocimientos, valores, aptitudes, actitudes, competencias que tanto el empresario como el equipo empresarial deben tener para llevar al éxito su iniciativa.

### 3. Metodología

La investigación acogió el enfoque cuantitativo, bajo el cual las motivaciones de emprendimiento se constituyeron como una variable cuantificable para su análisis con recursos estadísticos; el método fue empírico-analítico, por cuanto los datos que se analizaron fueron reales, de la indagación a los emprendedores, los cuales constituyeron la segunda variable. Igualmente, para detallar propiedades, características y perfiles del objeto de estudio, se aplicó el tipo de investigación descriptivo, para analizar, medir y evaluar datos sobre las variables de investigación. El diseño de investigación fue no experimental, puesto que las motivaciones de emprendimiento no permiten una manipulación ni control, sino que se analizaron en relación con la creación de empresas.

La población fue finita, conformada por gestores de empresa. Según la información presentada por la Cámara de Comercio de Pasto, en el Anuario estadístico 2012, se constituyeron 270 empresas en el año 2011 y 369 en el 2012, para un total de 639 empresas. Se obtuvo una muestra probabilística, es decir, que todos los elementos de la población tenían la misma posibilidad de ser elegidos, por presentar características que pueden ser generalizables a toda la población. Se calculó el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N}{4 * E^2 * N + Z^2}$$

En donde:

N = Elementos de la población

n = Tamaño de la muestra para población finita

Z = Coeficiente de confianza

E = Error estándar

Al reemplazar valores en la anterior fórmula se obtuvo una muestra de 347 personas que han creado empresas.

Para la recolección de información, se elaboró un cuestionario que constó de 39 preguntas divididas en seis apartes que proporcionaron información sobre aspectos demográficos, socioeconómicos, sobre la empresa y motivaciones de emprendimiento. Los resultados fueron organizados y sistematizados en programa Excel. El análisis se orientó a los mayores y menores porcentajes proporcionados como respuestas a las preguntas relacionadas con las variables. Además, para este análisis, se ubicaron las motivaciones de emprendimiento según la adaptación realizada por Varela (2008), en su esquema: *Fuerzas para el cambio de trayectoria vital*, el cual considera tres tipos de motivaciones: positivas, negativas y neutras. Las positivas están relacionadas con fortalezas que poseen las personas como: la educación familiar, la cultura, la experiencia, las competencias laborales y otras; las negativas hacen referencia a condiciones adversas que obligan a las personas a asumir a algún tipo de actividad independiente como quedar cesante de un empleo, ingresos insuficientes, no haber accedido a la educación, poca satisfacción con lo que se hace; las neutras concernientes a situaciones casuales

donde la persona se ve motivada al emprendimiento, como la terminación de ciclos formativos, herencias, cambios de estado civil, como se puede apreciar en la tabla 1.

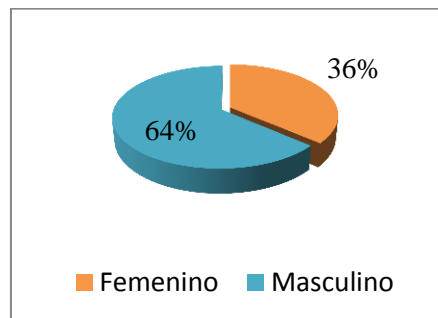
Las técnicas de recolección de información se validaron con la aplicación de una prueba piloto a un grupo de 100 personas pertenecientes al Programa Se-emprende, que es un proyecto puesto en marcha a través de un contrato celebrado entre la Alcaldía del Municipio de Pasto y la Cámara de Comercio de Pasto con el acompañamiento del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se elaboró un cuestionario que constó de 40 preguntas divididas en seis apartes que proporcionaron información sobre los aspectos esenciales mencionados antes. En éste, se les solicitó responder de una manera abierta las motivaciones que los impulsaron a crear su negocio, esto no proporcionó los resultados esperados ya que los emprendedores no fueron concretos en sus apreciaciones, dejando sin mencionar motivaciones que se suponen pueden llevar al emprendimiento (hipótesis), también se suspendieron las dificultades que tuvieron para crear empresa, lo cual no era central en el estudio. Para reajustar lo primero, en la encuesta definitiva se guio a los emprendedores con opciones de respuesta sobre las variables.

## 4. Resultados

### 4.1 Identificación de motivaciones

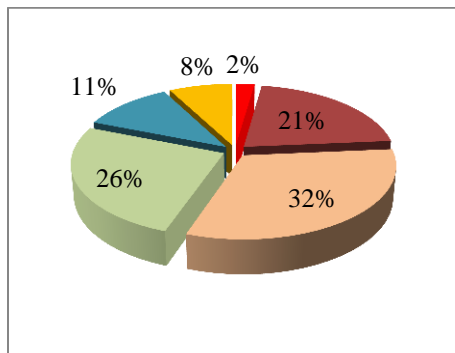
Como resultados de la investigación se obtuvieron los siguientes: en cuanto a aspectos demográficos, el género de los emprendedores, se encontró que en su mayoría pertenece al masculino, como se muestra en la figura 1.

**Figura 1.** Género



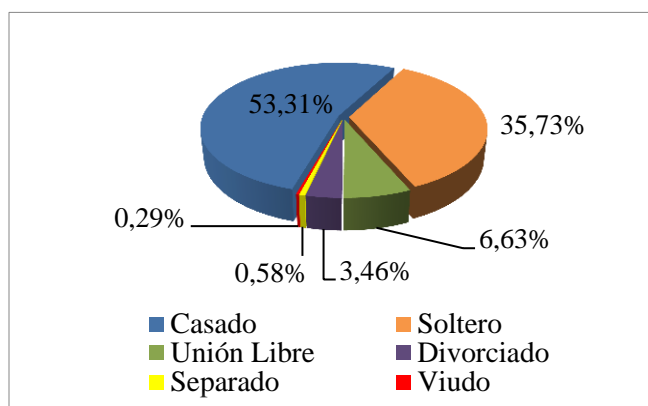
**Fuente:** Los Investigadores.

La muestra de emprendedores presentó edades como se muestra en la figura 2.

**Figura 2.** Edad

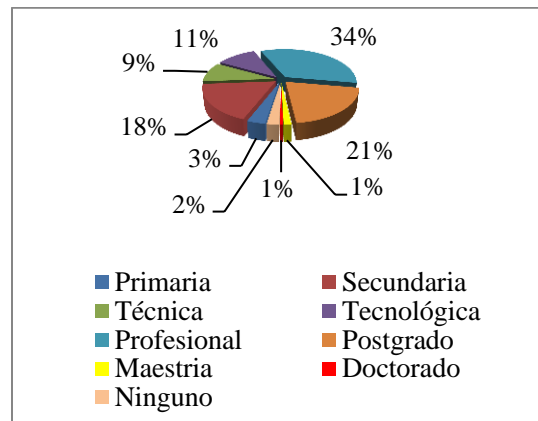
**Fuente:** Los Investigadores.

El estado civil presentó las siguientes cifras (figura 3).

**Figura 3.** Estado civil

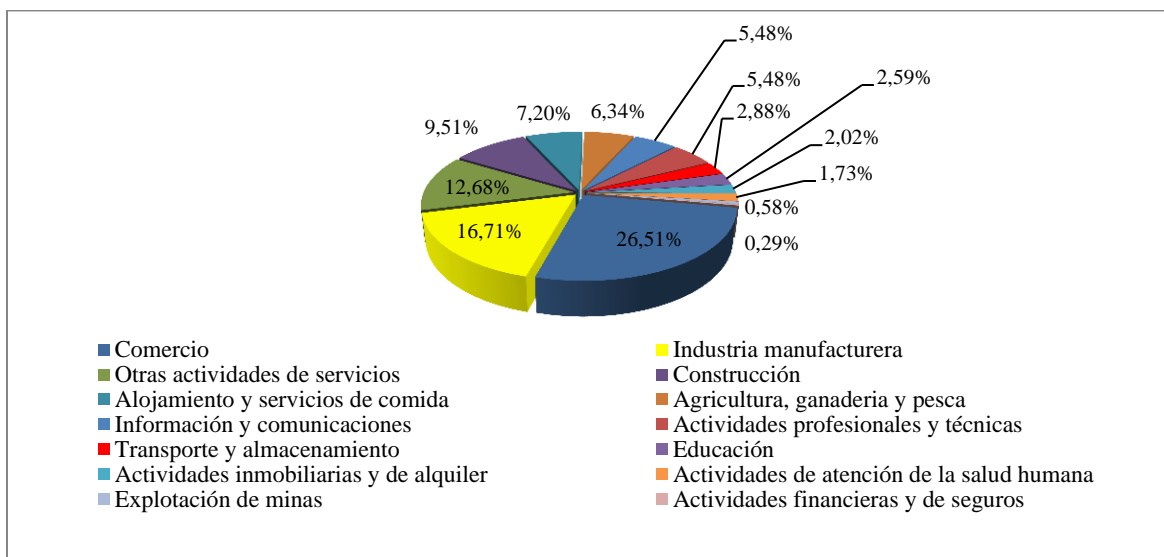
**Fuente:** Los Investigadores.

Ahora, para estudios realizados, se muestra en la figura 4.

**Figura 4.** Nivel de estudios

**Fuente:** Los Investigadores.

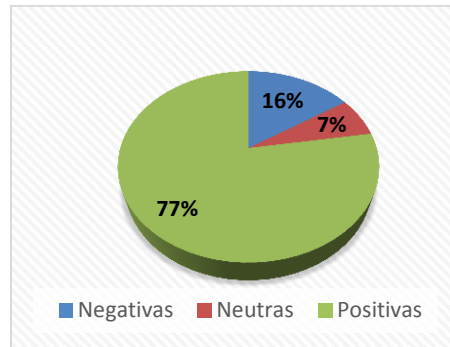
Con respecto a la actividad económica de la empresa creada, se muestra en la figura 5

**Figura 5.** Actividad económica de la empresa creada

**Fuente:** Los Investigadores.

En el estudio realizado con empresarios de la ciudad de Pasto, en los años 2011- 2013, se identificaron 70 motivaciones, las cuales fueron ubicadas según el modelo teórico mencionado en la metodología, como positivas, neutras y negativas, como se puede apreciar en la figura 6.

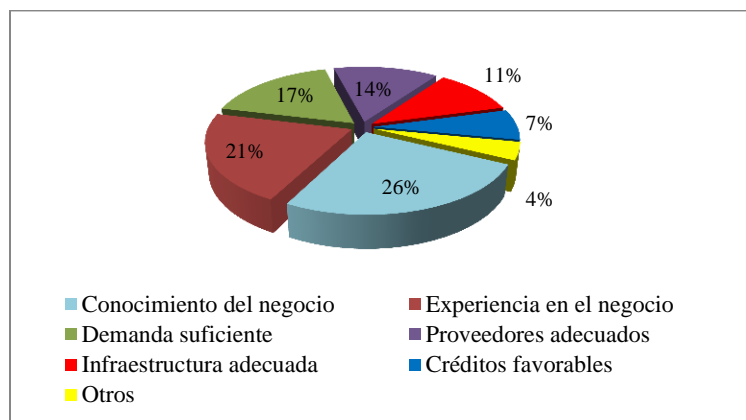
**Figura 6.** Clasificación de las motivaciones



**Fuente:** Los Investigadores.

Al indagar sobre las motivaciones que tuvieron en cuenta los emprendedores para crear su empresa, se obtuvieron los siguientes porcentajes para cada uno (véase figura 7).

**Figura 7.** Porcentaje de motivaciones para crear la empresa

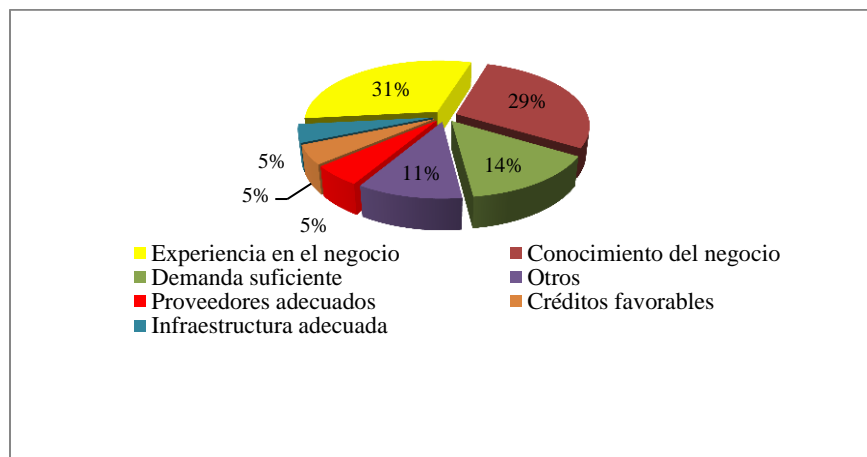


**Fuente:** Los Investigadores.

### 3.2 Motivaciones de mayor incidencia

En la figura 8 se muestran las motivaciones que para los emprendedores constituyen los principales impulsores para asumir negocios.

**Figura 8.** Motivaciones de mayor incidencia



**Fuente:** Los Investigadores.

## 5. Conclusiones

El mayor porcentaje de los emprendedores considera el *conocimiento del negocio* (motivación positiva) como fundamental en su motivación para emprender; esto puede tener diferentes fuentes, como las siguientes: experiencia en el negocio, estudios realizados, capacitaciones por parte de entidades especializadas y el aporte de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En cuanto a lo primero, según Birley y Westhead (citados en Cardozo Crowe, 2010): “la organización incubadora provee contactos personales, conocimiento del mercado, habilidades administrativas y conocimiento de la industria, entre otras”. (p. 184).

En este sentido y según la muestra, se encontró que esta se conforma en su mayoría por adultos, es decir, edades entre 31 y 40 años, representantes de dos generaciones formados en el trabajo artesanal, lo cual constituyó una fortaleza en el siglo pasado, como se menciona más adelante, cuya base es lo práctico, y es con quienes la creación de empresa actual se da más por el pragmatismo –praxis o practicidad-, es decir, por el conocimiento obtenido a través de la experiencia en los negocios<sup>3</sup>.

Para el caso de la ciudad de Pasto<sup>4</sup>, este ideal de lo práctico está ligado a su tradición de trabajo artesanal<sup>5</sup> que a lo largo del siglo XX se mantuvo vigente y aun entrado el siglo XXI, según Cerón

<sup>3</sup> Varela (2008) tiene en cuenta: “La capacidad de realización, entendida como el pragmatismo necesario para poner en ejecución las ideas y proyectos que se hayan generado” (p. 19), al referirse a una de las 24 características nombradas por el mencionado autor, que colaboran en el desarrollo del espíritu empresarial.

<sup>4</sup> Pasto es el centro administrativo y económico del Departamento de Nariño, como ciudad intermedia concentra aproximadamente el 25% del total de la población del Departamento (Red ORMET, 2013), centraliza la administración pública y el mayor número de centros educativos, técnicos y universidades, igualmente, tienen asiento en la ciudad centros de educación para el trabajo. Su población es de 429 mil habitantes. La estructura económica se sustenta en el sector terciario (comercio) con un porcentaje promedio de 53.4, las empresas de servicios de alojamiento y alimentación con el 10.7%, y en menor medida la producción industrial manufacturera con 8.4% en promedio.



(1997): “la actividad económica del departamento es de carácter microempresarial y artesanal destacándose los renglones de: confecciones, maderas, panaderías, marquería, cerámica” (p. 532.); también, este tipo de trabajo, constituye empresas familiares y parte del conocimiento, se lo acoge de dicha experiencia.

El conocimiento del negocio, con un 29%, se puede dar por los estudios realizados; el mundo actual está orientado a preparar a las personas en diferentes campos para su desarrollo y aporte a los escenarios donde se desenvuelve, a través de la realización de estudios, donde más de la tercera parte tienen estudios a nivel profesional como en administración de empresas, economía, contaduría pública, administración financiera y comercio exterior, y dentro de estos, la mayoría ha asumido estudios de ciencias económicas y administrativas o capacitaciones orientadas a la administración y emprendimiento.

Muchas de las opiniones hicieron referencia al tema de la educación en general, y en particular a estudios financieros como bases para lograr una buena planeación, saber aprovechar las oportunidades que se presentan, de igual manera, poder innovar y, en últimas, ofrecer un mejor servicio al cliente, lo cual es el propósito social de toda organización con una buena cualificación de sus integrantes.

La tercera y cuarta motivación, *la demanda suficiente de productos o servicios* y la de *encontrar proveedores adecuados*, (motivaciones positivas) las dos constituyen una tercera parte de factores motivantes; tienen igual importancia actualmente, ya que, si bien para identificar una demanda de productos o servicios existe el estudio e investigación de mercados<sup>6</sup>, en la ciudad de Pasto aún persiste una apreciación empírica, es decir, no se ha fortalecido una cultura de análisis de mercados como herramienta de planificación; en este sentido, solamente una tercera parte de la muestra realizó estudios de mercado, así, para algunos, esto se considera dentro de los gastos, en lugar de aquello que realmente es, una inversión, reflejada en utilidades. Relacionado con lo anterior, también se ubicaron otros factores de motivación dentro de temas como desarrollo personal y formación académica, contar con capital semilla para implementar las ideas emprendedoras, alcanzar un crecimiento y desarrollo del negocio y por automotivación.

Así mismo, el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha significado una ventana donde los usuarios pueden encontrar tanto capacitación como información amplia sobre las empresas y su creación, inclusive, el desarrollo de una amplia gama de negocios virtuales con mercados en red. Todos estos factores colaboran para que se tenga un conocimiento en cualquier tipo de negocio ya sea porque se haya incursionado en él haciendo uso de estas tecnologías, es decir, que se tenga la experiencia en este sentido -como es la segunda motivación que se menciona-, como ya se dijo, ese conocimiento puede ser adquirido por muchas otras vías.

---

<sup>5</sup> En la región nariñense se conoce como trabajo artesanal a la actividad de transformación en pequeña escala que utiliza sus propias técnicas y herramientas tecnológicas, en ocasiones tradicionales.

<sup>6</sup> El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y estrategias de mercadeo. Sus usos incluyen lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados; utilizado para determinar qué porción de la población comprará un producto o servicio, basado en algunas variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (En <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>)

Ahora, en cuanto a *tener proveedores adecuados* (motivación positiva), se entiende como aquellos que facilitan créditos, garantías de calidad, buen precio, transporte y oportunidad en la entrega, constituyéndose como parte fundamental en el fortalecimiento de una cultura emprendedora, por cuanto la corresponsabilidad mejora los valores y actitudes de compromiso y respeto entre los actores del mundo de los negocios. Esto en la ciudad de Pasto aún es débil, porque realmente las cadenas productivas son frágiles e incipientes, por muchos factores, entre los cuales se puede contar la falta de organización, escaso apoyo institucional, y culturalmente se da un bajo nivel de asociatividad; según el Plan Regional de Competitividad del Departamento de Nariño 2010-2032, en su análisis de ventajas y desventajas competitivas hace referencia a: “Debilidad organizacional de las cadenas productivas” (p. 28).

En el mismo sentido, el Secretario de Desarrollo Económico y Competitividad del Municipio de Pasto, Armando Miranda, afirma: “Se trata del desarrollo de iniciativas en el marco del fortalecimiento de nuestras cadenas productivas y, esencialmente, lo que buscamos es generar inversión para el desarrollo y empleo” (Testimonio, 2013).

Igualmente, la asociatividad es un término que se utiliza para designar los diferentes mecanismos de cooperación entre pares o personas que trabajan en un mismo nivel de una cadena productiva, minimiza debilidades y potencializa fortalezas, aumenta las posibilidades de entrada a los mercados, permite la coordinación en las cadenas productivas, reduce los riesgos relacionados con la volatilidad del mercado y mejora el acceso a los servicios financieros.

En cuanto a las motivaciones que fueron mencionadas en menor porcentaje, se encuentran: *disponer de una infraestructura adecuada* y *tener acceso a créditos favorables* (motivaciones positivas). Para la primera, si bien es importante disponer de locales para el funcionamiento de la empresa y se debe tener en cuenta dentro del estudio técnico que se realice, en el presente no es determinante, porque, en primer lugar, se debe priorizar otros estudios como el de mercado y, además, las nuevas tecnologías crean empresas virtuales con gran cobertura y sin necesidad de instalaciones físicas.

Para la segunda motivación, tener acceso a créditos favorables, se constituye en un factor importante dentro de la creación de empresas, ya que para el inicio del negocio, es necesario contar con un capital de trabajo; sin embargo, esta motivación en el presente estudio no fue tan relevante, y esto se afirma ya que, igualmente, la mayoría de emprendedores manifestaron que iniciaron su empresa con recursos propios. Dentro de quienes manifestaron que crearon su empresa con recursos de crédito, estos provienen del sector financiero, y también, préstamos de particulares, lo cual no es favorable para los emprendedores, porque tanto los unos como los otros exigen elevadas tasas de interés, que pueden “ahogar” o tornar poco sostenible la empresa. En tanto la solicitud de créditos a fondos de promoción del emprendimiento y sectores solidarios como el Fondo Nacional de Emprendimiento (FONADE), Contactar, Fondo Alfa, Fundación Mundo Mujer, se presenta como baja, suponiendo que estas entidades pueden favorecer con intereses moderados.

En cuanto a la solicitud de créditos a la Banca de segundo piso, que son instituciones financieras que no tratan directamente con los usuarios de los créditos, sino que hacen las colocaciones de los mismos a través de otras instituciones financieras, una mayoría de la muestra de emprendedores manifiesta que no ha utilizado estos servicios por desconocimiento de las ventajas que ellos ofrecen,

entre las cuales están: agilidad en los trámites con mínimos requisitos, créditos a bajos intereses, amplios plazos para el pago de capital y auxilio a poblaciones vulnerables. Desconocimiento que se da por falta de promoción de las entidades y también por el bajo interés por parte de los emprendedores para indagar sobre planes que los beneficien.

Otra motivación mencionada fue la de *tener bajos ingresos en su empleo anterior* (motivación negativa). Según Cámara de Comercio de Pasto (2012), los rangos de ingresos se muestran así: el 69,8% de las mujeres trabajadoras, tiene una remuneración de menos de un salario mínimo, y el 57,6% de los hombres está en igual situación; lo cual constituye una razón para el emprendimiento, como se comprobó en la investigación. Según Kantis, Ishida y Komori (citados en Cardozo Crowe, 2010): “los factores relevantes predominantes en América Latina según orden de importancia son la autorrealización, mejorar ingresos, contribuir a la sociedad, independencia, modelos de rol, status social, enriquecerse y seguir la tradición familiar” (p. 12).

Otro factor motivante lo constituye la *terminación de un ciclo educativo* (motivación neutra). Es importante mencionar en esta parte, la intención manifiesta de generar empleo, el cual se puede entender de dos maneras: como autoempleo y ocupación de otras personas; los dos casos colaboran en la solución del problema de desempleo existente en el Municipio de Pasto, donde un alto porcentaje de población económicamente activa se encuentra cesante o en riesgo de desempleo (Cámara de Comercio de Pasto, 2012) y el emprendimiento puede constituirse en uno de los factores que lo solucione, entendiendo que éste no está directamente relacionado con la propiedad de los negocios, sino con la producción y generación de riqueza que tanto el empleo o el autoempleo pueden proporcionar.

A la par, aparecieron opiniones relacionadas con los siguientes aspectos (motivaciones positivas): la necesidad de logro, en el sentido del crecimiento, superación personal y progreso. Por disposiciones positivas, relacionadas con el entusiasmo, la perseverancia y la autodeterminación. Para obtener beneficios, orientados al propio bienestar, reconocimiento social y mejor calidad de vida. Adquirir experiencia incursionando en los mercados y negocios. Por desempleo (motivación negativa) al encontrar en el entorno local escasas opciones de trabajo para cubrir necesidades familiares. Por educación (motivación positiva), relacionado con la aplicación de conocimientos técnicos, tecnológicos o profesionales. Por la familia (motivación positiva), concerniente tanto en la continuidad de una tradición familiar como por un bienestar. Ingresos insuficientes (motivación negativa), entendido como la escasa capacidad económica para cubrir las necesidades básicas. Por iniciativa individual (motivación positiva), relacionada también con la superación personal y el desarrollo de capacidades emprendedoras. Por gusto de lo que hace (motivación positiva), correspondiente a una apropiación de la actividad a la que se dedica. Para superar dificultades (motivación negativa), relacionadas ya sea con la baja productividad regional, excesiva competencia o discriminación por género o etnia u otros.

En referencia al entorno socioeconómico, se encontraron las siguientes apreciaciones: satisfacer necesidades en el mercado (motivación positiva), en cuanto a la observación del emprendedor de una demanda de determinados productos, servicios y sostenibilidad del ambiente. Generar empleo (motivación positiva), apreciación tendiente al fomento del trabajo tanto propio o familiar como en asociación. Aprovechar las oportunidades (motivación positiva), relacionado con la disposición de capital ya sea con recursos propios o de crédito, contar con infraestructura o asesorías y beneficios

institucionales. Y por innovación (motivación positiva), al tener ideas novedosas que merecen ser reconocidas y puestas en práctica de una manera diferencial.

Como se puede apreciar, se encuentran diversidad de motivaciones que los emprendedores han tenido en cuenta para la creación de empresas, ya sea desde su subjetividad o deseabilidad, es decir, desde apreciaciones empíricas o dentro de la objetividad y factibilidad con la que se puede apreciar el ámbito económico y social para generar recursos que colaboren con el desarrollo humano y social.

Si bien las motivaciones exteriorizadas, todas hacen parte de inquietudes emprendedoras, también indican dispersión en las ideas y debilidad de una cultura del emprendimiento, con la cual se encausarían estas inquietudes hacia el fortalecimiento de un espíritu empresarial regional. La cultura es uno de los factores que incide en la formación de una mentalidad empresarial, puesto que, además de valorar lo tradicional, impulsa a las personas para adquirir competencias en emprendimiento y desarrollar un espíritu empresarial, exigencia de las sociedades actuales, bien sea para la independencia laboral o para un excelente desempeño en el trabajo. Esto conlleva a que las economías y, en particular, la del Departamento de Nariño, deban reaccionar con la misma rapidez con la que aparecen los adelantos técnicos y tecnológicos en un contexto de alta competencia internacional y un entorno económico globalizado. La cultura como reflejo de las instituciones y prácticas de una sociedad dada, puede tener una relación predecible con la propensión de iniciar una empresa.

La gente adulta asume el emprendimiento por la experiencia y en un sentido práctico, ya que en la región nariñense se tiene una larga tradición de trabajo artesanal que ha formado a los habitantes en un saber hacer, aunque en la actualidad, la educación y las entidades que forman para el trabajo ya han asumido el papel de capacitar en empresarismo, planeación, organización y gestión, es decir, en la competencia del saber conocer; notándose que la mayoría de los emprendedores tienen experiencia en el sector en el que fundaron su empresa. En la ciudad de Pasto, el emprendimiento ha sido acogido más por la gente adulta con una escasa participación de los jóvenes, la inclusión de estos últimos constituiría un ideal, ya que como población económicamente activa, debe desarrollar habilidades empresariales con planes y programas educativos y de formación para el trabajo para la sostenibilidad y el crecimiento de la región.

Quienes han asumido estudios de Administración de empresas y relacionados, aplican los conocimientos adquiridos, con esto se está presentando otro tipo de emprendedor, el cual reduce el grado de incertidumbre y riesgo, por cuanto dispone de herramientas como la investigación para la elaboración de planes de negocio.

El emprendimiento no sólo genera la ampliación de la base empresarial, con el consecuente incremento del empleo, la inversión y desarrollo económico, sino también conlleva impacto y desarrollo social, reflejado en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

## 6. Referencias

Araque, W. (2006). Perfil del emprendedor ecuatoriano. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Área de Gestión.

- Barrios, O; Bravo, S. & Vargas, D. (2003). Origen y perfil del joven emprendedor chileno. Seminario de grado Ingeniero comercial. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- Bilbao, A; Pachano, S. (2002). Rasgos y Actitudes de los Emprendedores. Caracas: Proyecto Andino de Competitividad: CAF-Venezuela Competitiva.
- Cabrera, N. (2009). *Actitudes hacia la creación de empresas en estudiantes de Ingeniería agroindustrial y Administración de empresas de la Universidad de Nariño*. (Trabajo de grado Psicóloga). Universidad de Nariño. Pasto.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2010). *Plan Regional de Competitividad de Nariño, 2010 - 2032*. Pasto: Ediciones de la CCP.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2012). *Anuario estadístico: Movimiento del registro público*. Pasto: Ediciones de la Cámara de Comercio.
- Cardozo Crowe, A. P. (2010) La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. Tesis Doctoral. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Organización de Empresas.
- Castillo, Diana L. (2006). *Impacto generado en el desarrollo regional por la gestión de la unidad de emprendimiento del Centro multisectorial Lope del Municipio de Pasto, SENA regional Nariño*. (Trabajo de grado Economista). Universidad de Nariño. Pasto.
- Cerón Solarte, B. & Ramos, M. T. (1997). *Pasto: espacio, economía y cultura*. Pasto: Fondo Mixto de Cultura de Nariño.
- Cerón, B. (1996). El espacio y el hombre. En Academia Nariñense de Historia (Ed.). *Manual de Historia de Pasto*. Pasto: Alcaldía Municipal.
- Congreso de la República de Colombia. (2006, 26 de enero). Ley 1014. *De fomento a la cultura del emprendimiento*. Recuperado de [http://www.elabedul.net/San\\_alejo/Leyes/Leyes\\_2006/ley\\_1014\\_2006.php](http://www.elabedul.net/San_alejo/Leyes/Leyes_2006/ley_1014_2006.php). 26 de enero de 2006.
- El ciudadano. (2012). *La Biopolítica de Foucault: Un concepto esencial para comprender la sociedad contemporánea*. Recuperado de <http://www.elciudadano.cl/2012/11/11/59961/la-biopolitica-de-foucault-un-concepto-esencial-para-comprender-la-sociedad-contemporanea/>
- Emprendedores. (2014). *Qué es el estudio de mercado*. Recuperado de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Gibb, A. *El espíritu empresarial en las economías de transición. De vuelta al futuro*. Recuperado de <http://www.cipe.org/publications/fs/ert/s17/SPgibb.htm>.
- Gómez, E. (2011). El impacto diferenciado en los jóvenes de factores socio-culturales explicativos del emprendimiento. Tesis Doctoral internacional en creación y gestión de empresas. Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Economía y Empresa. Departamento de economía de la empresa.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. 4ª. ed. México: McGraw Hill.
- Melo, J. O. (1985). Proceso de modernización en Colombia, 1850-1930. En *El proceso de modernización en México (1867-1940): las transformaciones sociales*. Ponencia presentada en la conferencia de la Universidad de las Naciones Unidas y el Colegio de México, México.
- Miranda, A. (2013). Secretario de Desarrollo económico y competitividad del Municipio de Pasto. Entrevista. Pasto.

- Ovalle P. (2012). El emprendimiento en Chile. *Universidad de Chile –Diario electrónico*. Recuperado de <http://radio.uchile.cl/opiniones/139850/comment-page-1/#comment-66888>
- Red ORMET. (2013). Centro de Estudios de desarrollo Regional y Empresarial (CEDRE). *Estudio del Observatorio del Mercado de Trabajo*. Pasto: Universidad de Nariño.
- Safford, F. (1989). *El ideal de lo práctico. El desafío de formar una elite técnica y empresarial en Colombia*. Bogotá: Empresa Editorial de la Universidad Nacional, El Ancora editores.
- Varela V., R. (2008). *Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. 3 ed. Bogotá: Pearson Prentice Hall.
- Zepeda, F., (2008). *Introducción a la psicología, una visión humanista*. México: Pearson Educación.



## CAPÍTULO 2

---

ESTUDIO DEL DESARROLLO  
DEL TALENTO HUMANO  
POR COMPETENCIAS.  
LA ECONOMÍA  
DEL CONOCIMIENTO

---

## LA VALORACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL POR COMPETENCIAS EN LA GERENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS: FACTOR CLAVE EN TIEMPOS DE INNOVACIÓN

**PhD. Magda Cejas Martinez**

[mfcejas@espe.edu.ec](mailto:mfcejas@espe.edu.ec)

Docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

Becaria Ateneo. SENESCYT, Ecuador

**Msc. Galo Ramiro Vasquez Acosta**

[grvasquez@espe.edu.ec](mailto:grvasquez@espe.edu.ec)

Docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

### Resumen

La valoración de la formación profesional por competencias actualmente es un factor preponderante en el manejo de la administración de empresas por parte de la gerencia. En la actualidad los fenómenos que acontecen en el mundo entero ha sido producto de procesos innovadores, de la globalización, además de las tecnologías de información y comunicación por lo cual han incidido notablemente en el marco de las transformaciones que se manifiestan en las organizaciones e instituciones. En efecto, las nuevas tendencias competitivas en las organizaciones respecto a la formación de los recursos humanos ha pasado a tener una posición privilegiada dado que es la respuesta más rápida y efectiva que se ha asumido al compás de los procesos de globalización y de tecnologías de información y comunicación; de tal manera hoy por hoy las empresas pueden mantenerse en un mercado altamente competitivo a través de su gente, así entonces, se ha demostrado que un persona calificada es un profesional productivo e idóneo para el desempeño de sus actividades laborales con éxito. Como objetivo general del estudio se pretendió analizar la valoración de la formación profesional por competencias en la gerencia de la administración de empresas. Como metodología e instrumentos (técnicas y métodos) se siguió la correspondiente a la investigación documental siguiendo un proceso reflexivo producto de consultas bibliográficas y experienciales por parte de la autora, cabe destacar que durante el contenido del artículo se desarrolla la teoría de la formación profesional con énfasis en las competencias laborales, concluyéndose en el marco de la administración general que se hace preciso desarrollar para lograr un desempeño idóneo las habilidades, destrezas, conocimiento y además aptitudes lo cual permite una gestión exitosa.

**Palabras Claves: Formación profesional, Innovación, Competencias y Empresas.**

### Abstract

The assessment of vocational training by competences is a major factor in the management of business administration from the management. Today the phenomena that occur in the world is the product of innovative processes of globalization, in addition to information and communication technologies so have had a significant impact within the transformations that occur in organizations and institutions. Indeed, the new competitive trends in organizations regarding the training of human resources has to have a privileged position because it is the most rapid and effective response has been assumed in step with the processes of globalization and information technology and communication; so



today companies can be maintained in a highly competitive market through its people, well then, it has shown that a qualified person is a productive and qualified professional to carry out their business activities successfully. The general objective of the study was intended to examine the assessment of vocational skills training in the management of business administration. The methodology and tools (techniques and methods) the corresponding documentary research followed a reflective process following product literature and experiential consultations by the author, it is noteworthy that during the article content theory develops training emphasis on job skills, concluding under the general administration is to be developed to achieve ideal performance skills, abilities, knowledge and skills besides enabling successful management.

**Keywords: Training, Innovation, and Business skills.**

## 1. Introducción

Desde la década de los setenta se partió de los supuestos que el desarrollo tecnológico, económico y social acarrearía consigo un argumento generalizado a las exigencias de la formación general de los trabajadores, en este sentido, las transformaciones que ha tenido el sector productivo ha permitido entender que hoy ya no era posible contar con una masa de obreros no calificados en la industria, sino más bien se requería de responder a una economía industrializada que demandaba trabajadores con habilidades técnicas especializadas, de ensamblaje, montaje y reparación; En este sentido el crecimiento de la organización empresarial exigía una mayor creación de ocupaciones que por ende requerían una mayor formación profesional, hoy el escenario en la sociedad industrial es la necesidad de incorporar procesos que conlleven a una nueva organización del trabajo.

Es así, como en el transcurrir de los tiempos los principios que caracterizan al taylorismo y al fordismo como forma de una organización del trabajo ha permanecido en un escenario que caracterizaba factores tradicionales y ha dado lugar a nuevos desafíos en el marco de la organización del trabajo, provocando con ello una redimensión que se incorpora a las nuevas tendencias empresariales, tomando así un rol estelar en la administración de la producción y además de la gerencia la valoración de la gente en su actividad laboral y más aún directiva.

En este sentido la formación profesional a partir de esta época de los 80, fue entendida como una expresión de experiencias subjetivas y de competencia comunicativa- es necesario destacar que en esta época de cambios resurge un mercado de trabajo estructurado de modo dual, es decir, un primer mercado compuesto de trabajos seguros y bien remunerados lo que evidenciaba la seguridad para el trabajador en su puesto de trabajo, y el segundo con puestos de trabajo poco seguro y mal pagado, lo que hace suponer una nueva condición del trabajo que arropa la inestabilidad que se produce en el trabajador con esta situación- lo que implica que los sistemas de trabajo debían reorganizarse y darle mayor importancia a la gerencia.

En este mismo orden de ideas, la gerencia adquiere un papel protagónico en el campo de la gestión del talento humano generando así tendencias innovadoras para las organizaciones. Una de las tendencias innovadoras fue la introducción de mecanismos, procesos y factores modernos para desarrollar la formación por competencias, creándose una fuerza de trabajo con una alta capacidad para generar productividad y competitividad además de la calidad en el marco del componente laboral,

determinándose entonces condiciones claves que generaban nuevas formas de gestión empresarial a través de nuevas exigencias y una gran complejidad en el mundo laboral.

## 2. Revisión de la Literatura:

### 2.1 La Formación profesional: un factor generador de Competencias

Para Pedraza López (2010, pp.167-1184) la formación profesional gira en torno a diversas premisas globales que determinan su efectividad en el marco de la praxis generada en el contexto laboral, entre las que destaca:

- ✓ La formación y la enseñanza profesional deben ser objetivos prioritarios para las naciones.
- ✓ Las cualificaciones /calificaciones profesionales son cada vez más decisivas para determinar la estabilidad laboral de las personas.
- ✓ La existencia de una población activa formada genera más y mejores posibilidades para desarrollar sectores tecnológicamente adelantados y con mayor valor añadido.

De esta manera los programas de formación profesional dan resultados óptimos cuando las políticas de carácter macroeconómicas fermentan el crecimiento y desarrollo de las personas en el campo laboral, igualmente cuando hay garantía de empleo, considerando las necesidades y los problemas existentes que giran en torno a este. Por esa y otras razones, el proceso o formativo se plantea como un mecanismo que determina el desarrollo del aprendizaje como parte del sistema de formación, permitiendo satisfacer eficazmente a los trabajadores.

En este orden de ideas cabe destacar que la formación profesional igualmente apuesta por un componente importante de calidad, satisfaciendo cierto número de condiciones que gire en torno a esta:

- a) Todo proceso formativo debe estar fundamentado en el reglamento, en la legislación respectiva y además en el establecimiento de normas definidas respecto a su calidad.
- b) La formación impartida en las empresas debe ser confiada a personal poseedor de conocimiento y además de competencias exigidas.
- c) Debe ofrecer a los aprendices y medios complementarios posibilidades para la adquisición de una formación más completa, especialmente en el campo de la disciplina técnica y teórica.
- d) Cuando el sistema comprenda periodos alternados de formación en centros y en empresas, hay que mantener una coordinación para lograr continuidad en la formación.
- e) Debe establecerse un programa de formación profesional que fundamentalmente abarque varias empresas donde se generen alianzas estratégicas en pro del desarrollo de las personas.

## 2.2 La formación profesional: Acepciones que la definen

La formación es una actividad estratégica que gira en torno a las organizaciones, está siendo considerada como un factor clave e indispensable para asegurar el eficiente funcionamiento organizacional. El proceso formativo radica de la puesta en práctica de elementos que permiten el desenvolvimiento laboral de las personas en su actividad laboral.

En este sentido, con la finalidad de abordar el tema y facilitar su comprensión, surge la formación como un aspecto necesario a desarrollar. Para ello se incluyen algunas de las definiciones planteadas por diferentes autores y especialistas tales como Dolan, et al, R. (2003). Establecen que la formación de los recursos humanos: “consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando su capacidad a través de la modificación y potenciación de sus conocimientos, habilidades y actitudes”.

En virtud de lo cual para Buckley y Caple (1991), señala que la formación es un esfuerzo que debe ser sistemático y planificado, con la finalidad de conseguir modificar o desarrollar el conocimiento, las técnicas y las actitudes, a través de la experiencia de aprendizaje, para poder alcanzar la actuación adecuada en una actividad o rango de actividades. Así mismo, en el contexto laboral consiste en capacitar a un individuo para que pueda realizar favorablemente una tarea o trabajo dado.

Coincide con el planteamiento de Buckley y Caple (1991) el especialista en gestión del talento humano Chiavenato, I (2000:556), al definir las competencias como: “la educación profesional, institucionalizada o no, que busca preparar y formar al hombre, para el ejercicio de una profesión en determinado mercado de trabajo. Sus objetivos son amplios y a largo plazo, buscando calificar al hombre para una futura profesión”.

De igual manera es destacable la exposición al respecto de Paz y Reina (2001p.19) cuando aluden que la formación se halla definida como aquel proceso que permite Capacitar a un individuo para que pueda realizar convenientemente una tarea o trabajo determinado ya sea como consecuencia del cambio tecnológico, nueva organización del trabajo, nuevas condiciones del mismo, nuevos trabajos a realizar o al favorecer promoción social del empleo. Por último Cejas y Grau (2008, p.46) plantean como definición de la formación de los recursos humanos como uno de los procesos que permiten mejorar el rendimiento, en el puesto de trabajo, logrando la persona tener un desempeño efectivo en la actividad laboral que se desarrolla.

## 2.3 Terminología relacionada con la formación profesional

A continuación se exponen diversas acepciones que determinan el significado directo e indirecto de la formación profesional:

- ✓ **Aprendizaje:** Es un proceso mediante el cual los individuos pueden adquirir conocimientos, habilidades y técnicas a través de la experiencia, de su ambiente y sus relaciones en el transcurso de su vida.

- ✓ **Educación:** Es un proceso el cual incluye una serie de actividades orientadas para que la persona adquiera conocimientos y valores de carácter general los cuales son necesarios para realizar las actividades de su vida cotidiana.
- ✓ **Entrenamiento:** Es un proceso que prepara a las personas dentro de una organización para cumplir nuevas funciones similares a las que desempeñaba en relación a su cargo.
- ✓ **Capacitación:** Es una actividad planificada con la finalidad de preparar, desarrollar, integrar al proceso productivo los recursos humanos mediante el desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de sus funciones.
- ✓ **Adiestramiento:** Consiste en preparar al personal para cumplir las funciones laborales actuales de la mejor manera posible.
- ✓ **Desarrollo:** Esta referido a la educación que reciben las personas para el crecimiento profesional, a fin de estimular su efectividad en el cargo o puesto de trabajo.

Los términos expresados con antelación, tienen esencialmente un transcendencia en el proceso formativo, por cuanto están vinculados sin embargo no significa lo mismo, razón por la cual es conveniente mostrar a continuación un cuadro, destacando sus diferencias.

**Tabla 1.** Comparación entre formación, capacitación, desarrollo y adiestramiento.

| <b>FORMACIÓN</b>                                                 | <b>CAPACITACIÓN</b>                                    | <b>ADIESTRAMIENTO</b>                                           | <b>DESARROLLO</b>                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Es aquella que pone de manifiesto los valores familiares.        | Va dirigida a los altos mandos                         | Está relacionado con los sistemas operativos                    | Es el proceso integral de aprendizaje y crecimiento de todo ser humano.                                                          |
| Es un proceso cuya profundidad y alcance es la condición humana. | Desarrollo a largo plazo                               | A corto plazo                                                   | Proceso continuo de capacitación, interpretación del entorno.                                                                    |
| Desarrollo integral de las personas                              | Va dirigido al cambio que se asume y al comportamiento | Está relacionado con las aptitudes (habilidades y destrezas)    | Es un plan institucional, en donde los supervisores con el apoyo y guía del área de recursos humanos crean planes de desarrollo. |
| Desarrollo profesional A largo plazo                             | Es más teórica                                         | Es más práctica (actividades operativas)                        | A largo plazo                                                                                                                    |
|                                                                  | La información es generalizada                         | La información va dirigida hacia un área específica a adiestrar | Te prepara para puestos futuros                                                                                                  |

**Fuente:** Cejas, Magda (2015) a partir de Hill y Estrada (2010).

### 2.3 Objetivos de la Formación

En un sentido más amplio, así como lo establece Cejas y Grau (2007), los objetivos permiten evaluar y darle validez al proceso de formación, ayudando al formador en la elección adecuada de los métodos y contenidos del programa. Ellos se constituyen como uno de los elementos fundamentales para la estrategia a ser desarrollada en la planificación de la formación, con la finalidad de obtener un impacto directo en los resultados que se persiguen a nivel de las personas y de la organización.

### 2.4 Objetivos de la Formación Profesional:

En el campo formativo, es posible encontrar diversos autores-especialistas que determinen un objetivo o varios propósitos del proceso formativo, no obstante, resulta importante determinar en este aspecto cuatro objetivos, que a modo de comprensión de Bayón, Marine (2011) generan un impacto en el desarrollo profesional de las personas al momento de realizar una actividad determinada:

- ✓ **Equilibrio y Rendimiento del Trabajador:** asumido por la empresa, con la finalidad de hallar el grado más alto de equilibrio como estado óptimo del trabajador, desde el punto de vista humano y laboral, siendo representado por la adaptación del trabajo a su función por la empresa, a su clima laboral y a sus posibilidades de futuro.
- ✓ **Competitividad de la Empresa:** la formación en todos los niveles de la organización es imprescindible para alcanzar la competitividad ante el alto grado de competencia, estimulándola a obtener mayores y mejores resultados, razón por la cual, la competitividad es asumida como un estado de la empresa que la sitúa en posición de alerta frente al producto, el cliente y el sector.
- ✓ **Mayor Producción, Mayores Resultados:** como consecuencia directa de la formación, la cual es el motor de los resultados para la organización, se puede incrementar la eficiencia del trabajador en el desarrollo de sus funciones, generando así un alto grado de satisfacción para el trabajador y la empresa, siendo esto reflejado en los resultados de la misma, creando mejoras significativas en los rendimientos y beneficios.
- ✓ **El Desarrollo Personal:** las posibilidades de éxito, la capacidad de crecimiento y los niveles de satisfacción de los individuos dentro de la organización, son parte de los aspectos que se encuentran relacionados directamente con la formación; la cual podría facilitarse significativamente con un proceso formativo estructurado coherentemente que permita el desarrollo individual y colectivo de todo el personal de la misma.

Es así como, la formación tiene una finalidad claramente establecida y concreta, en donde existe una vinculación entre el personal y la organización para poder alcanzar el logro eficiente y eficaz de su misión organizacional. De la misma forma, para Paz y Reina (2001), los objetivos intermedios que la formación se plantea para lograr los objetivos generales antes mencionados, entre ellos se destacan:

- a) La actualización, perfeccionamientos y mantenimiento de las competencias profesionales.

- b) El incremento de las mismas para la promoción y desarrollo profesional.
- c) Una satisfacción personal y profesional que incida en las actitudes y motivación del personal.

En este orden de ideas, es importante resaltar que los objetivos son el principal insumo para diseñar un plan de formación que sea efectivo en el fortalecimiento y crecimiento del individuo en el desarrollo de sus capacidades, ellos deben concertar los logros que se desean obtener, razón por la cual se debe tomar en consideración las características propias de cada organización y otros elementos esenciales en el desarrollo del mismo. En virtud de ello la formación persigue ciertos propósitos.

## 2.5 Clasificación de la Formación Profesional:

En el ámbito internacional existe una extensa clasificación en torno a la formación profesional algunas de las cuales se definen:

1. **Formación profesional continua:** definida como aquellas acciones formativas dirigidas a la mejora de la cualificación o la recualificación de los trabajadores ocupados, permitiendo, al tiempo, la mejora de la productividad de la empresa y la formación individual del trabajador.
2. **Formación profesional de base:** definidas como aquella que resulta de la integración de la formación profesional de base en las enseñanzas secundarias. Supone introducir en la etapa de la educación secundaria obligatoria objetivos y contenidos que ofrezcan una formación general.
3. **Formación profesional de segundo grado:** equivale a la formación específica de grado superior a efectos formales, aunque con contenidos profesionales en general inferiores. (corresponde a lo establecido en la LOGSE-España.
4. **Formación profesional específica:** conjunto de conocimientos y habilidades cuya consecución posibilita un título de formación profesional. formación profesional inicial: de acuerdo con la terminología utilizada por la U.E., cualquier tipo de formación no universitaria incluida la enseñanza técnica y profesional, así como el aprendizaje que permita a los jóvenes obtener una cualificación.
5. **Formación profesional ocupacional:** tiene como objetivo de adaptar a los trabajadores a una actividad laboral determinada mediante el desarrollo de un esquema docente basado en la impartición de cursos prácticos, en horarios y fechas no reguladas académicamente y que en el caso de ser superadas dan derecho a la obtención del título profesional que habilita para el desempeño de la actividad laboral.
6. **Formación profesional reglada:** modalidad formativa sujeta a unas normas estables de contenido, incluye la formación profesional de base y la formación específica que refiere la LOGSE (ESPAÑA).

Queda así evidenciado que la formación profesional es una estrategia importante que permite generar ventajas competitivas, por ser fuente primordial en el desarrollo individual y organizacional.

En relación a las características de la formación Cejas y Grau (2008, p. 51), a partir de Hay Group (2000) identifican las siguientes:

- ✓ Debe ser continua.
- ✓ Debe ser orientada al logro.
- ✓ Debe adaptarse a la cultura de la organización.

Así mismo, los autores antes mencionados establecen que esas características son básicas para la formación continua la cual hace hincapié en que sea:

- ✓ Permanente en el tiempo: a través del diseño de planes de formación, descartando un conjunto de acciones inconexas que responden a una demanda concreta.
- ✓ De crecimiento sostenido: con programas que contribuyan al desarrollo personal continuo.
- ✓ No solo enfocado en las personas, sino también en los equipos de trabajo.

## **2.6 La formación por competencias**

Las nuevas modalidades de aprendizaje en la formación de los trabajadores, responden a un nuevo enfoque orientado a la formación por competencias, entendida esta como la integración del conocimiento, de las habilidades, de la comunicación y de la motivación, que en un momento dado pueden dar la posibilidad del desempeño del trabajador. Este desempeño ya no se concretiza en el manejo de una determinada herramienta sino más bien en la demostración de competencias que permiten a este mismo trabajador comprender y resolver los problemas, en base al trabajo en equipo, al desempeño integral de tareas, a su liderazgo, y a la toma de decisiones en determinadas situaciones.

La tesis que hoy se maneja en torno a la formación apunta hacia las propuestas que configura un sistema de formación profesional y las demanda de un sector productivo que requiere personas con capacidades y competencias integrales, hoy conocida como el enfoque de las Competencias Laborales. Es necesario conjugar una formación de personas con trabajadores polivalentes y capaces de responder a las demandas y exigencias del sector productivo: En consecuencia se conforma un proceso que integre el saber, el hacer y el ser, es decir que la capacidad de aprender se demuestre también en la capacidad de demostrar el aprendizaje a través de las situaciones propias de toda actividad laboral.

En este sentido la formación por Competencias adquiere una posición más importante en la llamada sociedad del conocimiento, imponiéndose cada vez más una nueva cultura de trabajo, donde la formación del trabajador es un punto clave en las organizaciones. Es una idea que cada vez más es generalizada, que persigue abordar múltiples perspectivas en pro del desarrollo de los trabajadores, también se concibe como un elemento propio del mercado de trabajo donde confluye actores sociales, políticos, académicos y gubernamentales.

En el ámbito latinoamericano en la formación profesional convergen diferentes acepciones del término, tales como: formación para el trabajo, capacitación laboral, educación vocacional, educación técnica, u otras combinaciones que con frecuencia son expresadas por las instituciones dedicadas a la formación profesional.

Estos enfoques dirigen su atención al sistema de formación profesional que se da en el sector productivo-empresarial, e involucran a las personas y llevan a pensar en una reorganización económica que implica continuar en el esfuerzo de introducir nuevas concepciones al logro de la competitividad. De igual forma los enfoques orientados a la implementación de planes de formación profesional, incorporan y gestionan procesos, métodos, y herramientas necesarias y útiles a la empresa y en general útiles al personal que en ella labora, dando paso con ello a los nuevos procesos tecnológicos y de producción tan presentes en la actualidad empresarial.

El crecimiento productivo de las empresas se debe a la inversión que se le haga al desarrollo de los trabajadores, este progreso debe colindar con la consecución de los planes estratégicos dirigidos a incorporar y a gestionar los procesos, métodos, y las herramientas necesarias en las empresas; dando paso con ello a los nuevos procesos tecnológicos y de producción tan presentes en la actualidad. Cejas, Magda (2003).

## **2.7 Triada estratégica en la valoración de la formación por competencias: El saber, el hacer y saber hacer**

El reconocimiento de la evolución del mercado de trabajo y la influencia de la globalización, hace suponer que el escenario empresarial se perfila como aquel que tiene posibilidades de introducir innovaciones, componentes claves vinculados a la productividad y orientándolos a una mayor flexibilización de las relaciones laborales, lo que a mi manera de ver coloca en un especial lugar el estudio de la nueva gestión integrada a las personas, y junto a ellas el componente formativo.

Desde la perspectiva laboral la relevancia de la formación de los trabajadores se ha convertido en un factor presente en los análisis de los sistemas laborales, es indiscutible las diferentes modalidades y acuerdos que con el paso del tiempo se han introducido en el mercado laboral de cara a los adelantos tecnológicos, y a la búsqueda de mejoras laborales para establecer el derecho a la formación que tiene el trabajador, así entonces se está cada vez más ante nuevas alternativas en el desarrollo de las legislación laboral haciendo referencia al proceso formativo como factor vinculante a la competitividad, a los salarios, a la seguridad social, y fundamentalmente a la empleabilidad.

Son muchas las interrogantes que pueden girar en torno a la formación en estos nuevos tiempos, sin embargo hoy es un requerimiento en las agendas directivas que busca busque enfatizar en la relevancia de la acción formativa en el contexto laboral. En este sentido la formación profesional, ha sido un proceso que influye en la capacitación general de los trabajadores y en la formación específica, considerándose en este sentido estas condiciones como factores que fortalecen la productividad y competitividad empresarial, en consecuencia las características de la actividad económica y las nuevas necesidades sociales ponen a la formación en un sitio de primer orden como factor movilizador de conocimientos y determinante para contrarrestar las exigencias del mundo globalizado.



El enfoque de la formación por competencia se caracteriza de esta forma por ser un proceso integral que busca vincular el sector educativo con el sector productivo a través de elevar el potencial de los RRHH con el complejo mundo laboral.

## **2.8 La Valoración De La Formación Por Competencias En El Marco De La Administración De Empresa: Un Factor Clave En Tiempos De Innovación**

Hoy por hoy se conoce en el mundo de la administración que las organizaciones permanentemente se encuentran en evolución como sistemas abiertos, en ellas se producen continuas modificaciones, por ejemplo desaparecen tareas y surgen nuevas actividades laborales por el apareamiento de necesidades. Sin embargo, no todas las personas que laboran en ella, se adecuan permanentemente, trayendo como consecuencia que sus rendimientos en los puestos de trabajo no sean los más óptimos, estos aspectos de cambios y transformaciones no es más que la consecuencia de las modificaciones tanto organizativas como tecnológicas que están plenamente ajustadas al desempeño de las funciones que desempeñan las personas y lógicamente en el marco de la actividad formativa que poseen.

Cada vez más, se hace evidente el desarrollo de los recursos, la tecnología y la necesidad de evolucionar en el desarrollo de las personas que laboran en diversas actividades laborales. Sin embargo, prevalece en la valoración de las personas aquellas que en las organizaciones resulten más productivas y demuestren sus competencias. Cabe añadir a ello, que la capacidad humana podría considerarse igual, inclinándose al desempeño de las personas significativamente, el cual puede ser mayor en un caso que en otro que se deriven diferencias sustanciales que incidan en la productividad.

Coincidiendo con este planteamiento Neffa (2003) plantea que la condición humana surgen de la condición del hombre y que son permanentes, es decir, que irremediamente no pueden perderse mientras no cambie la misma condición humana, y se proponga alinearse con diversos factores imperante en los sistemas de carácter socio-económicos, para Porret (2009), estas circunstancias dan lugar a un necesario y permanente ajuste profesional-hombre-puesto de trabajo-, generando una movilidad horizontal (reajuste de puestos de trabajo) y, en especial, promoción a niveles superiores (mediante actuaciones formativas).

Para la autora, la valoración de la formación profesional en el marco de la administración estaría enmarcada en aquel conjunto de procesos, métodos y técnicas que permiten de una u otra forma se logre recoger, comprobar y compartir actividades de las personas en el trabajo con el fin de mejorar su actuación laboral, en consecuencia se hace necesario indicar que la valoración afecta tanto al valorador como al valorado, por un lado, la persona que es valorada expone su condición y por tanto tiene posibilidades de recibir información aunque sea poco favorable, sin embargo la persona que valora es posible que tema la reacción que cause el resultado de la misma en su colaborador y manifieste inconveniente a que le esté solicitando que valores (generalmente esto ocurre de parte en la Oficina de RRHH).

Es importante destacar que cualquier aplicación que se derive de la valoración se hará en base a las capacidades de las personas como las potenciales, ambos aspectos deben ser diferenciados, estudiados y medidos en el marco de los interesados y/o actores, por lo cual formar a las personas en el

marco de sus propias capacidades implica por sí mismo una alternativa única e idónea para la organización como sistema integral.

En este orden de ideas, resulta importante resaltar que la formación por competencia se logra, con la adquisición de conocimientos y el desarrollo de las capacidades y actitudes, es un proceso que se da durante toda la vida del individuo, existen instrumentos formales mediante los cuales se puede lograr la competencia, tales como los programas educativos y los de capacitación, basándose así en el desarrollo e involucramiento del capital humano, cualquiera sea el ámbito donde se aplique, dado que ayuda a mejorar el nivel de formación de las personas.

### **3. Metodología**

La metodología que se desarrolló se realizó a través de la utilización de técnicas y métodos que permitieron sustentar los planteamientos que se generaron en virtud de la naturaleza epistémica del tema que se abordó. No obstante por las condiciones que rige el estudio, la investigación sin embargo considero lo expresado por Sabino, Carlos (2000, p.91) respecto a este tipo de investigación, señalando que el diseño de investigación documental es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo”. A partir de estas consideraciones el desarrollo de este abordaje teórico se desarrolla sobre la base de la siguiente metodología- propia de una investigación de carácter documental- adoptando así la autora criterios que se generan en este aspectos tales como:

- ✓ La interpretación que se da a las cosas y fenómenos que no pueden ser expresados plenamente por aspectos estadísticos o matemáticos.
- ✓ Utiliza preferentemente la inferencia inductiva y el análisis respectivo en base a la fuente documental que se consulta.
- ✓ Utiliza los criterios de credibilidad, transferibilidad y confirmabilidad como formas de hacer creíbles y confiables las fuentes que se consultan en el estudio.
- ✓ Utiliza múltiples fuentes documentales, métodos e investigaciones para estudiar y abordar el tema objeto de estudio.
- ✓ Centra el análisis en la descripción de fuentes consultadas de primera mano.

De esta manera se logró un abordaje integral en el marco de la valoración de la formación por competencias en las organizaciones empresariales e instituciones.

### **4. Resultados**

El tema abordado en la presente investigación, hace mención a la valoración de la Formación profesional por competencias en la gerencia de la administración de empresas, entendido como un factor clave en tiempos de innovación, en consecuencia, la autora expone como formación por competencia aquella que identifica el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que son aplicables al desempeño de una función productiva a partir de los requerimientos de calidad y eficiencia esperados por el sector productivo, su valoración es un factor estratégico en el marco de la administración de empresas, lo que implica considerar los componentes innovativos que permitan generar y agregar valor. En este sentido, igualmente se asocia la gerencia a través de la innovación por lo cual es asumida como una idea nueva aplicada para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio. De igual forma puede asumirse como una consecuencia del proceso creativo dado que implica un factor de creatividad aplicada a un determinado escenario.

## 5. Conclusiones

En este orden de ideas y a tenor de lo expuesto en el contenido del trabajo de investigación se concluye que la formación por competencias hoy se posiciona dentro de una red de instituciones, relaciones formales y no formales a lo largo de la vida y que es conocida como un proceso de educación permanente, bien sea en el sector productivo o bien académico., en este sentido, la formación por competencias en el marco de la gerencia apunta a considerar que el gerente en la actualidad requiere del desarrollo de competencias dado que los requerimientos del mercado laboral para los diferentes niveles organizacionales, las cuales según Gutiérrez Tobar (2012) hacen referencia a :

**Tabla 2.** Desarrollo de competencias

| <b>COMPETENCIA</b>               | <b>SIGNIFICADO</b>                                                                                                                                                |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Habilidad de Dirección</b>    | Gestión del talento humano, recursos financieros, físicos y técnicos                                                                                              |
| <b>Servicio al cliente</b>       | Capacidad para anticiparse a las necesidades del cliente, establecer prioridades, solicitar retroalimentación del cliente y buscar continuamente la satisfacción. |
| <b>Efectividad Interpersonal</b> | Capacidad para desarrollar relaciones efectivas para intercambio con otros.                                                                                       |
| <b>Toma de Decisiones</b>        | Habilidad para tomar decisiones sensatas, oportunas y efectivas, respetando principios y valores sociales                                                         |
| <b>Trabajo en Equipo</b>         | Obtener satisfacción personal del éxito del equipo, adaptarse fácilmente a las necesidades del equipo, construir relaciones fuerte con los miembros del equipo    |
| <b>Desarrollo de personas</b>    | Evaluar perfiles e identificar necesidades de desarrollo, trayectorias adecuadas entrenar y asesorar el mejoramiento continuo a las personas.                     |
| <b>Liderazgo</b>                 | Capacidad para influir y cambiar la conducta de otros, destrezas en el manejo de grupos, inspirar respeto, autoridad y generar seguidores.                        |
| <b>Pensamiento Estratégico</b>   | Capacidad de anticiparse a las tendencias económicas del futuro, articulándolas con planeación estratégica para sacar las mayores ventajas posibles               |
| <b>Capacidad de Negociación</b>  | Habilidad para proponer fórmulas de solución a partir de identificar y analizar puntos de vistas distantes, buscando satisfacer conflictos de intereses           |

|                              |                                                                                                                                                                  |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | sociales y económicos de ambas partes                                                                                                                            |
| <b>Orientación al Logro.</b> | Capacidad de identificar metas que permitan dirigir el rumbo de la empresa, establecido agenda de actividades mecanismo de verificación y medición de resultados |

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Gutiérrez Tobar (2012)

Finalmente cabe destacar que la exigencia de la dimensión permanente de la formación se produce en base a lo siguiente:

- ✓ El aumento y la modificación constante de los conocimientos científicos y de las técnicas profesionales.
- ✓ Por el incremento de vida humana, lo que da lugar a una extensión del periodo formativo más allá de la escolaridad.
- ✓ La extensión del tiempo dedicado al ocio, que también plantea exigencias formativas.

Es así desde la perspectiva gerencial en el marco del emprendimiento y de la gestión por competencia es necesario destacar que esta suple en gran escala aquellas deficiencias que puedan presentarse en las personas en cualquier actividad y/o desempeño que tenga, hoy en día es sumamente importante una re conceptualización de la formación y de su metodología porque esgrime diversos motivos, según Gairin y Armengol (2003, p. 141-142) citado por Cejas y Grau (2008) tal como citan:

- ✓ El incremento acelerado y el cambio vertiginoso científico y en los productos del pensamiento, cultura y el arte de la comunidad social, base de cualquier currículo formativo (el conocimiento de la humanidad se duplica en breve espacio de tiempo).
- ✓ La evolución acelerada de la sociedad en sus estructuras materiales, institucionales y formas de organización de la convivencia, modelos de producción y distribución que se reflejan en el cambio de las formas actuales de pensar, sentir y actuar.
- ✓ Los contextos sociales que condicionan la formación reflejan una serie de conflictos, entre ellos y quizás el más importantes es las profundas transformaciones en la vida institucional de muchas instituciones y organizaciones.
- ✓ La decadencia del binomio formador y formado, por un triángulo en donde un vértice los compone un artefacto, herramienta o paquete formativo.
- ✓ El no analizar únicamente la formación como el dominio de las disciplinas científicas o académicas, sino la necesidad de establecer nuevos modelos relacionales y participativos en la práctica de la formación.
- ✓ La aparición de la formación como importante elemento para convivir con la incertidumbre y el cambio de la época actual.

- ✓ Un Sistema Integral de Formación Profesional, sobre la base de ínter educación y Formación Profesional, aprendizaje, formación previa, así como sus competencias.
- ✓ Desarrollo de vínculos entre el mundo del trabajo y los centros de enseñanza, formación y empleo como alianzas estratégicas permanentes.
- ✓ La búsqueda de alternativas para los jóvenes que no pueden insertarse en el sistema educativo universitario, orientándose estas demandas a campos de nivel técnico profesional.
- ✓ Adaptación y preparación del Recurso Humano a los cambios tecnológicos. Promoviendo la formación profesional al proceso de innovación a fin de mejorar la competitividad y el espíritu empresarial.
- ✓ Establecer la cooperación en materia de formación entre instituciones públicas y privadas, entre empresas y universidades, entre los centros de capacitación nacional de los países latinoamericanos para que a su vez fortalezcan a las personas en el desarrollo de sus competencias.
- ✓ Búsqueda de alternativas para aumentar las posibilidades de empleo y reinserción profesional en la población a través de la formación.
- ✓ Búsqueda de alternativas para el acceso a la formación profesional continua, a través del incremento de las competencias que permitan incrementar los cambios para la formación a lo largo de la vida y en pro del fortalecimiento tecnológico y productivo.

Todo lo expresado con antelación se engloba sobre la base de crear una plataforma más sólida en lo referente a la formación profesional, también en la implantación y puesta en práctica de alianzas estratégicas entre los actores laborales quienes son los responsables inmediatos a formar, con énfasis en los emprendedores como actores laborales que están en constante innovación para el desarrollo económico de las regiones, además de la creciente necesidad de la búsqueda de igualdad de oportunidades; tan requerida en todos los países de América Latina.

## 6. Referencias

- Bohlander, Sherman y Snell (2002) Administración de Recursos Humanos. México: Editorial Thomson.
- Bonifacio Pedraza López (2001, pp.167-1184). Hacia una Nueva Formación Profesional de España. ¿Hacia un Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales?. Boletín 149. Montevideo: Ediciones Cinterfor.
- Buckley y Caple. (1991). La Formación. Teoría y Práctica. Madrid. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Cejas. Y Grau (2008) La Formación como Factor Estratégico en las Organizaciones. Caracas. Venezuela: Editorial Tropikos.

- Chiavenato, Adalberto (1988a). Administración de los Recursos Humanos. México: Editorial McGraw Hill, Primera Edición, D.F.
- Chiavenato, Idalberto (2000b). Administración de Recursos Humanos. Quinta Edición. México: Editorial McGraw-Hill.
- Chiavenato, Idalberto (2004c). Gestión del Talento Humano. El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Bogotá – Colombia: Editorial McGraw-Hill.
- Dessler y Varela (2004) Administración de Recursos Humanos. México: Editorial Persons. Segunda Edición.
- Dolan, S. Valle, R. Jackson, S. Schuler, R. (2003). La Gestión de los Recursos Humanos, preparando Profesionales para el siglo XXI. Madrid. España: Editorial Mcgraw-Hill Segunda Edición. Interamericana de España, S.A.U.
- Escat (2002). Gestión de Recursos Humanos y Estrategia. Recuperado en: <http://www.areah.com/rrhh/gestionrh.htm>. Fecha de Consulta: 25/06/2008.
- Gutiérrez Tobar (2012) Competencias Gerenciales. Bogotá. Colombia. Ecoe Ediciones.
- Hernández, Sampieri Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (1997). Metodología de la Investigación. México. Editorial McGraw-Hill. Cuarta Edición. D.F.
- Hill, Estrada y Bosch (2010). Formación, Capacitación, Desarrollo de RR.HH. y su importancia en las organizaciones. Recuperado en: <http://www. /formacionrrhh/formacionrrhh.shtml>. Fecha de Consulta: 15/05/2014.
- Paz y Reina. (2001). Gestión de la Formación en la Empresa. Madrid. España Ediciones Pirámide.
- Peretti, Jean-Marie (1998). Gestión de Recursos Humanos. Paris. Editorial Vuibert,
- Porret Miguel (2009) Recursos Humanos. Dirigir y Gestionar Personas en las Organizaciones. Madrid. España. Editorial Esic.
- Porret. (2000). Dirección y Gestión de los Recursos Humanos en las Organizaciones. Barcelona. España. Editorial Aedipe. Asociación Española De Dirección De Personal.
- Robbins, Stephem y Coulter, Mary (1996). Administración. Quinta edición. México. Editorial PrenticeHall Hispanoamericana S.A.
- Robbins, Stephen (2002). Comportamiento organizacional. Madrid. España: Editorial Prentice Hall.
- Sabino, Carlos (2000) El Proceso de Investigación. Caracas, Venezuela. Editorial Panapo.

Sierra Bravo, Restituto (1998) Técnicas de Investigación Social y Ejercicios. Madrid: Editorial Paraninfo. Cuarta Edición corregida y ampliada.

## ANÁLISIS DE CONTEXTOS EDUCATIVOS COMO FORMADORES DE VALORES, ACTITUDES Y CREENCIAS EN LOS EMPRENDEDORES DE PASTO

**Msc. Martha Lida Solarte**

*msolarte@incesmag.edu.co*

*Institución Universitaria CESMAG*

**Msc. Carlos Arcos Guerrero**

*carlos.arcos@unad.edu.co*

*saudade.ca@gmail.com*

*Universidad Nacional*

*Abierta y a Distancia –UNAD*

### **Resumen**

El artículo es producto de una investigación cuyo objetivo consistió en analizar la educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de la Ciudad de Pasto (Colombia). Se acogió una metodología mixta bajo los enfoques cuantitativo y cualitativo; para el primero se tomaron unidades cuantificables aplicando recursos de análisis estadístico, y, para el segundo, opiniones para ser interpretadas en textos comprensivos de la situación relatada. Se trabajó con una muestra de 347 emprendedores de diferentes condiciones socioeconómicas. Como resultados se identificaron y analizaron ambientes educativos bajo los cuales los emprendedores conforman valores, actitudes y creencias. Además se obtuvieron datos e información con la que se caracterizó tanto a los emprendedores como a los contextos. Algunas conclusiones fueron: la educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas, conforma valores, actitudes y creencias que resultan determinantes para el emprendimiento; algunos emprendedores manifiestan la existencia de una axiología y actitudes que no colaboran para que se den condiciones favorables al emprendimiento, pero que son susceptibles de cambio y de mejoramiento a través de la educación; el fortalecimiento de una cultura emprendedora no es responsabilidad solamente de los individuos, sino un trabajo mancomunado con las instituciones, la educación, las políticas públicas y un manejo adecuado de la economía en general.

**Palabras claves:** actitudes, contextos educativos, creencias, emprendedores, valores.

### **Abstract**

The article is the result of an investigation whose aim was to analyze education in cultural contexts such as family, place of residence and educational institutions as trainers of values, attitudes and beliefs entrepreneurs in the city of Pasto (Colombia). A mixed methodology under the quantitative and qualitative approaches are welcomed; for the first quantifiable resources unit by applying statistical analysis they were taken, and for the second, opinions to be interpreted in comprehensive texts of the reported situation. We worked with a sample of 340 entrepreneurs from different socioeconomic conditions. As results were identified and analyzed educational environments under which entrepreneurs shape values, attitudes and beliefs. In addition data and information that both



entrepreneurs and contexts characterized were obtained. Some conclusions were: education in cultural contexts such as family, place of residence and educational institutions, forms values, attitudes and beliefs that are critical for the enterprise; some entrepreneurs show the existence of an axiology and uncooperative attitudes to entrepreneurship favorable conditions exist, but are subject to change and improvement through education; strengthening an entrepreneurial culture (values, attitudes, beliefs) is not the responsibility only of individuals, but a joint work with institutions, education, public policy and proper management of the economy in general.

**Keywords: attitudes, education contexts, beliefs, entrepreneurs, values.**

## 1. Introducción

La investigación en que se basa el artículo, se efectuó en la ciudad de Pasto, capital del Departamento de Nariño (Colombia), centro administrativo y económico con una área urbana organizada en doce comunas, concentra aproximadamente el 25% del total de la población del Departamento (Red ORMET, 2012), centraliza la administración pública y el mayor número de centros educativos, técnicos y universidades; hacen presencia diez instituciones de educación superior, de las cuales siete son privadas y tres públicas. La educación básica cuenta con 57 instituciones educativas municipales y siete centros educativos (Secretaría de Educación Municipal., 2013); igualmente, tienen asiento en la ciudad algunos centros de educación para el trabajo.

La estructura económica del Municipio de Pasto durante los años 2011 a 2013, se sustentó principalmente en el sector terciario (comercio) con un 53,4% de participación, las empresas de servicios de alojamiento y alimentación con el 10,7%, y en menor medida la producción industrial manufacturera con 8,4% en promedio; las demás actividades o sectores económicos aportaron moderadamente.

En educación y capacitación al nivel técnico, tecnológico y profesional para la población económicamente activa (PEA), el Municipio de Pasto cuenta con 560 programas ofertados por nueve universidades, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y dos instituciones que ofrecen formación para el trabajo. El SENA concentra el 60% de programas de formación para el trabajo y las instituciones de educación superior tienen un 28,6%, en donde la Universidad de Nariño es la única de carácter público. De 400 programas académicos, 160 corresponden a la formación en administración, finanzas, contaduría y economía, seguidos de los programas de tecnología en informática y sistemas. En oferta media se encuentran los de ciencias de la salud y ciencias agropecuarias; de menor oferta son los relacionados con turismo, construcción y ciencias humanas y sociales. Existe un predominio de programas orientados hacia el tercer sector de la economía como el comercio y los servicios. En un 51,4% los programas se ofrecen en modalidad virtual.

El déficit en materia de educación profesional, se debe a que no existe una oferta de educación pública amplia a la cual acceda la población de bajos ingresos que es la mayoritaria; en este sentido, las oportunidades que se presentan para un desarrollo de la economía con base en la educación y capacitación de la fuerza laboral, son limitadas (Red ORMET, 2012).

Para el caso de la ciudad de Pasto, la Cámara de Comercio con apoyo de la Alcaldía Municipal, ha puesto en marcha el proyecto “Pasto emprende”, orientado a sensibilizar en temas de emprendimiento y asesorar en la creación de empresas. Así mismo, la Red REUNE- ASCUN, conformada por cerca de treinta universidades colombianas que cuentan con Unidades de desarrollo del emprendimiento, promueve y capacita en planes de negocios y creación de empresas.

En este sentido, si bien la educación desde la institucionalidad presenta el panorama antes relatado, en cuanto a emprendimiento también es importante analizar a la educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de la ciudad de Pasto (Colombia), lo cual permite dilucidar no solamente una formación académica o para el trabajo en relación con el desarrollo económico regional, sino apreciar cómo se conforma un entorno cultural basado en la promoción de ciertos valores, actitudes y creencias en cuanto al emprendimiento, para considerarlo como un hecho social que colabora en la autorrealización de las personas y comunidades, fortalecimiento de su autoestima y autodeterminación económica.

Así, el impacto que se espera del presente estudio, está relacionado con la comprensión de los ecosistemas emprendedores, es decir, procedimientos en donde confluyen no solamente técnicas, sino personas con motivaciones diversas producto de una construcción contextual favorable o desfavorable al emprendimiento, en la medida en que se fortalezcan o no los entornos educativos inmediatos para constituir la cultura emprendedora.

## **2. Revisión de la literatura**

El ser humano crea sus propias herramientas -físicas, sociales y simbólicas- para adaptarse a su medio (Ángel, 1992), y éstas le permitirán tener una mejor calidad de vida. Este hecho consiente analizar la actividad humana desde la educación y la cultura. La educación apunta hacia el desarrollo de competencias para lograr la mejor manera de hacer las cosas, es decir, para dar respuestas eficaces y eficientes a las necesidades humanas, parte de la adopción de un adecuado enfoque y la aplicación de prácticas educativas en la cotidianidad.

De esta manera, son fines esenciales de la educación, el lograr un buen ejercicio de la ciudadanía, en el sentido de construir una mejor sociedad y ser capaces de aprovechar las oportunidades que brinda, y como ejercicio de la competitividad, o sea, mantener vigencia y calidad ejerciendo capacidades incorporadas en sus procesos. Estos fines deben formar ciudadanos con competencias emprendedoras, capaces de enfrentar de forma efectiva los retos que impone el actual entorno global, siendo, precisamente, el principal, incrementar la riqueza nacional y generar empleo para el bienestar social.

En cuanto a educación como un proceso de cualificación personal que puede aportar en la transformación social, Alvarado, Rey y Ocampo (1998) comentan: “es la formación de sujetos íntegros, capaces de resolver problemas, de tomar decisiones autónomas, de construir su identidad, de entenderse, de participar democráticamente, de actuar libremente disfrutando de lo que hacen o de lo que producen con fines transformadores” (p. 12).

El transformar objetos en herramientas -como puede ser el hecho cultural-, no solamente obedece a las urgencias de la producción, sino a procesos de construcción simbólica bajo los cuales se vinculan significados a signos sensibles concretos ya sean objetos, imágenes, lenguajes o costumbres. La cultura, como creación e incorporación de valores sociales y creencias, conforma contextos que dan sentido a los emprendimientos, uno de esos entornos es la familia, como la primera instancia de socialización y sociabilidad; la familia y el ambiente más cercano ayudan a fortalecer el espíritu emprendedor, por lo tanto, se debe crear un ambiente armónico y de oportunidades bajo un interés común para tener seguridad, protección, apoyo, sentido de pertenencia, aceptación, crecimiento y comunicación; Redondo, Rueda y Amado (2013) comentan al respecto: “La familia es un factor determinante para que se generen conductas prosociales en el individuo, destacando el lugar que ocupan las prácticas de crianza ya que favorecen para difundir unos valores y normas socialmente aceptables en un futuro próximo” (p. 241).

Aquellos emprendedores cuya familia o entorno inmediato está constituido por creadores de empresa, conforman una tradición que motiva para dar continuidad y fortalecerla con nuevos emprendimientos. Este *emprendimiento social* dota de una mentalidad o espíritu empresarial que va a colaborar en el establecimiento de una tradición o escuela, en el sentido de la enseñanza que los individuos reciben de la sociedad. Los autores antes citados, al respecto expresan: “Desde el punto de vista del contexto, existen socializadores que influyen en las conductas que pueden adquirir los niños y que se van dando a lo largo de la vida” (p. 241).

Para poder comprender la realidad creada por los seres humanos, es importante tener en cuenta que a la vez que las comunidades, con base en sus prácticas sociales y educativas, crean cultura, esta igualmente las configura y orienta su accionar dando directrices para sus comportamientos diarios, de tal manera que, en ocasiones, involucra a los miembros en sus emprendimientos más que las normas o principios institucionalizados. Según Varela (2008), la cultura es determinante y un activo para las estrategias corporativas, llámese cultura organizacional o del emprendimiento; al respecto, dice:

Al hablar de la cultura de un grupo, una región, una nación o una empresa, se hace referencia al conjunto de valores, creencias, convicciones, ideas, respuestas, reacciones, expresiones, sentimientos y competencias que ese grupo ha adquirido a lo largo de las experiencias que forman parte de su vida. (p. 169)

De allí que sea importante tener en cuenta, entre otros aspectos, al conjunto de los valores sociales, actitudes y creencias que, para el presente caso, constituyen la base para la conformación de una cultura del emprendimiento. Cuando se habla de ellos, es igualmente cierto que deben considerarse desde una postura dinámica bajo la cual tanto lo tradicional como el cambio pueden coexistir, como lo menciona Bauman (2002), al reseñar lo cultural:

Se refiere tanto a la invención como a la continuidad, a la novedad como a la tradición, a la rutina como a la ruptura de modelos, al seguimiento de las normas como a su superación, a lo único como a lo corriente, al cambio como a la monotonía de la reproducción, a lo inesperado como a lo predecible. (p. 20)

Así mismo, los valores sociales no son solamente ideales o idealizantes que se aceptan y se comparten como práctica positiva alrededor de algo que intrínsecamente es bueno, sino, al decir de Enríquez (1996): “como fuerza de una acción y pensamiento frente a la fuerza de otras acciones y pensamientos al interior de un devenir histórico” (p. 185). Entonces, si un emprendedor asume el valor de la creatividad, es porque quiere transformar, muestra inconformismo y autonomía, previo un examen de sus propias condiciones y las de los demás, es decir, es crítico e histórico, y no asume los emprendimientos de manera instrumental<sup>1</sup>, por el contrario, el emprendedor se sumerge en una dialéctica de la vida para examinar fuerzas socioculturales, económicas y políticas y construir una realidad.

Por su parte, las actitudes se consideran predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de una manera favorable o desfavorable ante objetos, símbolos o situaciones. Junto con los valores, se encuentran a la base del comportamiento de los individuos y contribuyen con la construcción de escenarios culturales que pueden ser democráticos y participativos o también de exclusión e intolerancia.

Igual sucede con las creencias<sup>2</sup>, aquellas proposiciones que, independientemente de su validez, son reconocidas como verdaderas y parte integrante de un sistema cultural<sup>3</sup>, que abarcan concepciones acerca del mundo, del ser humano, la divinidad, del trabajo y de la mejor manera de hacer las cosas. Así también, no son estáticas y motivan para construir un entorno para el emprendimiento.

Marshall (citado en Mill, 1956) señala que las personas pueden adquirir habilidades necesarias para ser emprendedoras, desafortunadamente no siempre los entornos económicos son los más favorables; aunque los empresarios comparten habilidades, los emprendedores son diferentes, dependiendo de la situación sociocultural y económica. Por su parte, Schumpeter (citado en Tarapuez & Botero, 2007) fue uno de los primeros autores que utilizó el término *emprendedor*, como el empresario, para referirse a individuos innovadores y de iniciativa que generan cambios y desarrollo en las sociedades, al modificar o transformar las condiciones de producción existentes.

En Colombia, la Red Nacional y las Redes Regionales de Emprendimiento son instancias que orientan las políticas y dan directrices alrededor de la cultura del emprendimiento de acuerdo con lo establecido en la Ley 1014 de 2006, promulgada para fortalecerla, la cual define al emprendimiento como: “una manera de pensar y actuar orientada a la creación de riqueza, centrada en oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado, riesgo calculado teniendo como resultado la creación de valor” (artículo 1°).

---

<sup>1</sup> La razón instrumental se la asocia con la filosofía positivista, según la cual fuera de nosotros la realidad está totalmente hecha, acabada y objetiva, sin nada que construir.

<sup>2</sup> “Hay dos realidades: la primera consiste en las creencias, presuposiciones y experiencias subjetivas de las personas. Estas llegan a variar: desde ser generales hasta ser creencias organizadas y desarrolladas lógicamente a través de teorías formales. La segunda realidad es objetiva e independiente de las creencias que tengamos sobre ella”. (Hernández Sampieri, R. & Baptista Lucio, P., 2006, p. 6).

<sup>3</sup> Según Andrade Rodríguez (1990): “Un sistema cultural es aquel que se integra por el conjunto de valores y creencias que comparten las personas que pertenecen a él, y por las múltiples formas en que se manifiestan dichos valores y creencias” (p. 107).

Es importante tener en cuenta el hecho de no delegar la responsabilidad solamente a los individuos o a las comunidades, ya que, precisamente, se trata de conformar un horizonte emprendedor con educación, investigación y condiciones favorables de contexto; se debe formar cultura mediante la práctica real del emprendimiento.

### 3. Metodología

Se acogió una metodología mixta bajo los enfoques cuantitativo y cualitativo. Para el primero se tomaron unidades cuantificables aplicando recursos de análisis estadístico, y para el segundo, opiniones para ser interpretadas en textos comprensivos de la situación relatada. Se analizaron contextos educativos a través de la identificación de valores, actitudes y creencias manifestadas por los emprendedores de la ciudad de Pasto (Colombia) en el periodo 2011-2013; además se obtuvieron datos e información con los que se caracterizó a los emprendedores y a los contextos.

#### 3.1 Participantes y muestra

Según la información presentada en el Anuario estadístico de la Cámara de Comercio de Pasto, durante el 2011 en esta ciudad se constituyeron 270 empresas, y 369 en el 2012, para un total de 639 empresas creadas cada una por un emprendedor(a). De esta población se obtuvo una muestra<sup>4</sup> cuyo tamaño se calculó para cada año, con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N}{4 * E^2 * N + Z^2} \quad n_1 = \frac{1,96^2 * 270}{4 * 0,05^2 * 270 + 1,96^2} \quad n_2 = \frac{1,96^2 * 369}{4 * 0,05^2 * 369 + 1,96^2}$$

En donde:

N = Elementos de la población

n = Tamaño de la muestra para población finita

Z = 1,96 que corresponde a un nivel de confianza de 95%

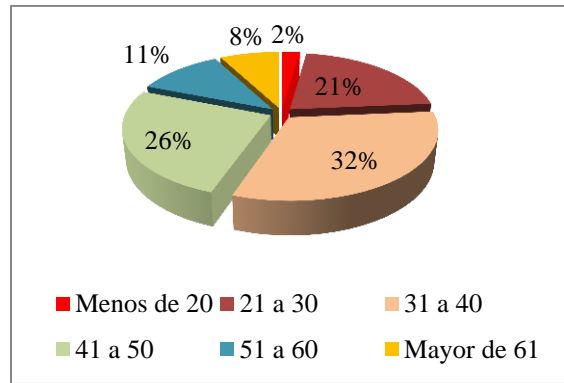
E = Error estándar = 0,05

$$n_1 + n_2 = 159 + 188 = 347$$

Se obtuvo una muestra de 347 emprendedores, 221 hombres (64%) y 126 mujeres (36%).

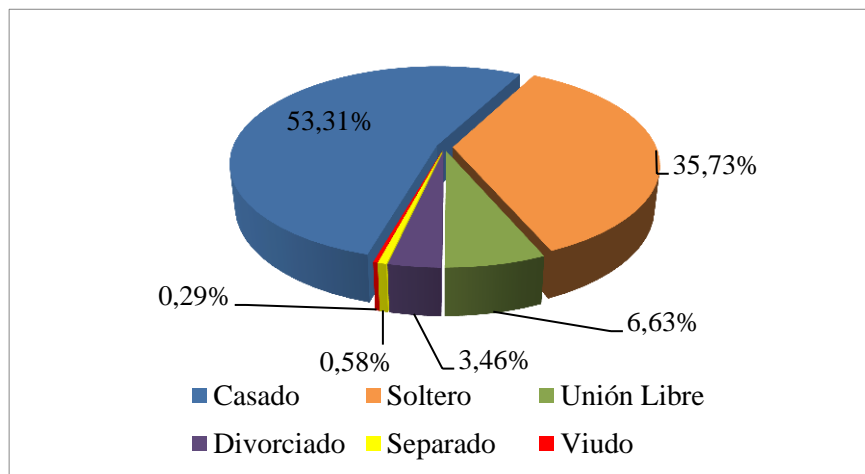
**Gráfico 1.** Características socio-demográficas de los emprendedores según edad en años.

<sup>4</sup> La investigación de la que se deriva el presente artículo, hizo parte de otra en la que se indagó sobre las motivaciones que impulsaron a los emprendedores de la Ciudad de Pasto para crear sus empresas durante el periodo 2011-2013, y que se presenta en esta misma publicación, por lo cual la población y muestra es la misma, igual que sus características socio-demográficas.



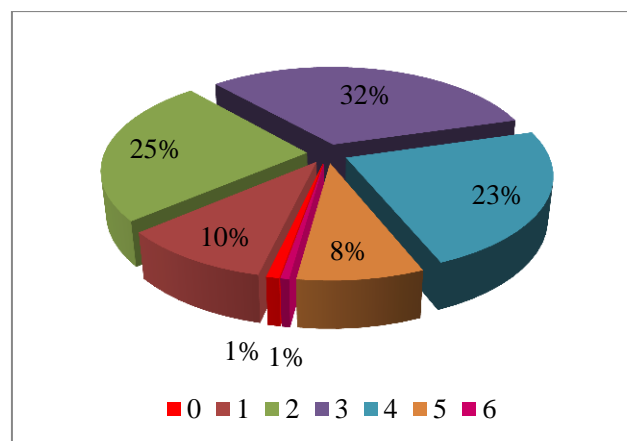
Fuente: la investigación (2013)

Gráfico 2. Características socio-demográficas de los emprendedores según estado civil.



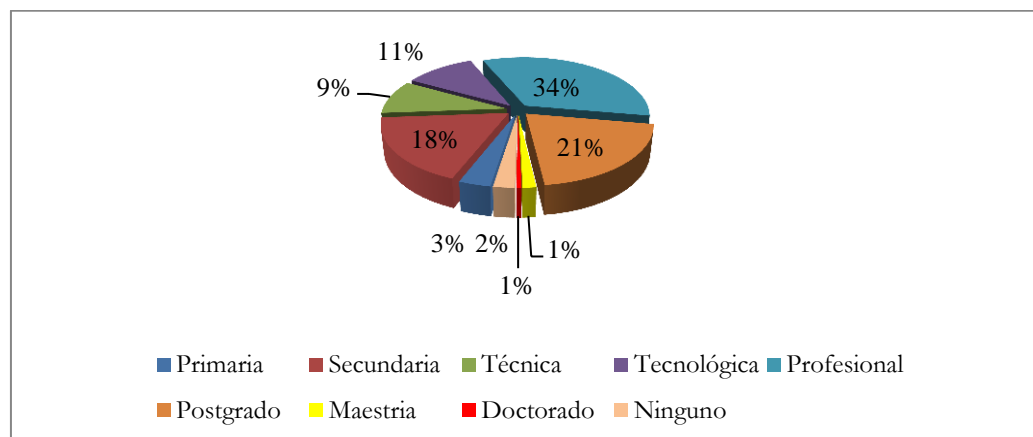
Fuente: la investigación (2013).

Gráfico 3. Características socio-demográficas de los emprendedores según estrato social.



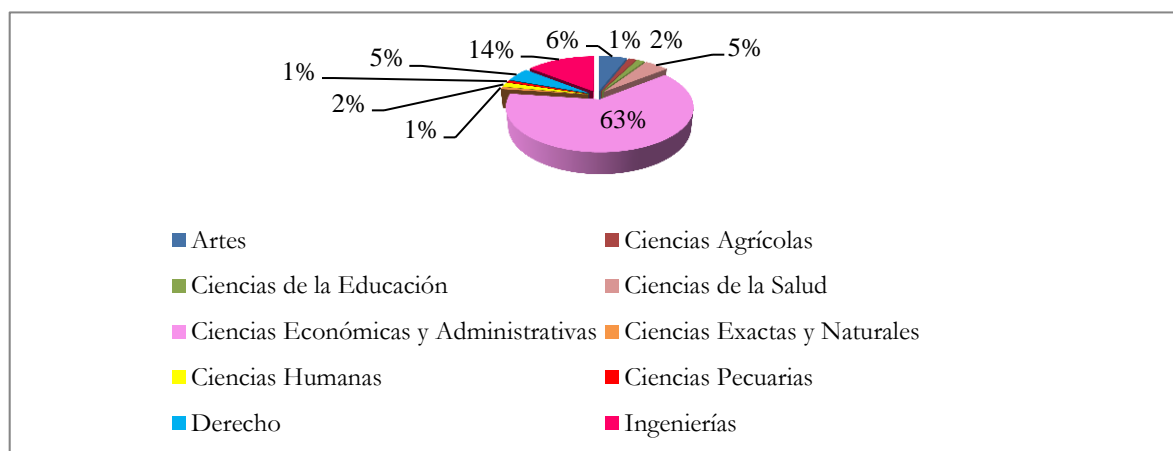
**Fuente:** la investigación (2013).

**Gráfico 4.** Características socio-demográficas de los emprendedores según estudios realizados.



**Fuente:** la investigación (2013).

**Gráfico 5.** Características socio-demográficas de los emprendedores según estudios a nivel profesional.



**Fuente:** la investigación (2013).

### 3.2 Instrumentos

Se elaboró un cuestionario para recolectar información con 34 preguntas que proporcionaron información sobre aspectos demográficos, socioeconómicos, emprendimiento y sobre los ítems cualitativos (preguntas semi-estructuradas) referidos a educación, aprendizajes familiares, valores, actitudes, influencias del contexto y favorabilidad o no favorabilidad del entorno local.

### 3.3 Procedimiento

El siguiente fue el procedimiento:

1. Selección de la muestra: se eligió una muestra de 347 personas.
2. Elaboración y prueba de los instrumentos: se elaboró una encuesta con preguntas estructuradas y semi-estructuradas. Se aplicó una prueba piloto a un grupo de 50 personas pertenecientes al Programa Se-emprende<sup>5</sup>, con la finalidad de examinar la comprensión del vocabulario y coherencia en las respuestas a las preguntas semi-estructuradas.
3. Aplicación de instrumentos: el cuestionario se aplicó por internet, enviándolo a los correos electrónicos de los emprendedores o el de sus empresas, registrados en la base de datos de la Cámara de Comercio de Pasto para el periodo de la investigación.
4. Análisis de datos y resultados: los resultados para la parte cuantitativa, fueron organizados y sistematizados mediante las utilerías del programa Excel, y su análisis se orientó a los mayores y menores porcentajes proporcionados como respuestas a las preguntas relacionadas. En la parte cualitativa, para analizar la educación en contextos socioculturales como la familia, contexto inmediato e instituciones educativas como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de la Ciudad de Pasto (Colombia) durante el periodo 2011-2013, se examinaron los testimonios de los participantes en la investigación, en cuanto a educación formal o impartida por las instituciones, educación recibida desde el seno familiar y aquella que se recibe del contexto inmediato o lugar de residencia del emprendedor. Para cada uno de estos entornos educativos, se agruparon los testimonios bajo las categorías inductivas que se muestran en el cuadro 1, las cuales se deducen del análisis de la información. Lo mismo se hizo con los testimonios sobre valores y actitudes (véase cuadro 2), y sobre la favorabilidad del entorno para el emprendimiento (véase cuadro 3). Estas categorías permitieron mirar bajo cierta coherencia y claridad los testimonios obtenidos para su posterior análisis. Para efectos del relato, cada contexto educativo se analizó desde dos posiciones que se percibieron en los resultados y las opiniones de los emprendedores: una que habla de la pertinencia y favorabilidad de las enseñanzas recibidas, y la segunda que muestra las debilidades y no favorabilidad de dichas enseñanzas.

## 4. Resultados

### 4.1 Resultados sobre contextos educativos

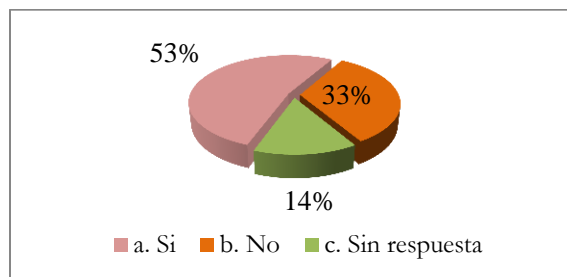
Sobre la motivación familiar desde la infancia, se obtuvieron los siguientes resultados:

---

<sup>5</sup> Proyecto puesto en marcha a través de un contrato celebrado entre la Alcaldía del Municipio de Pasto y la Cámara de Comercio con el acompañamiento del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).



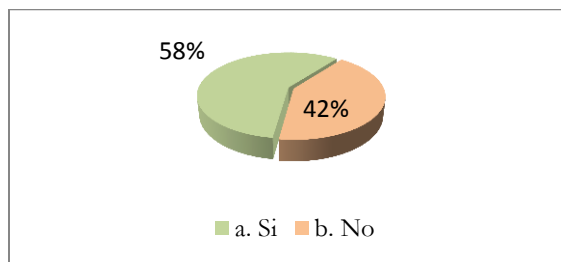
**Gráfico 6.** Motivación familiar desde la infancia.



**Fuente:** la investigación (2013)

En cuanto a tradición emprendedora en la familia, el 58% afirma que sus familiares si han creado empresa y el 42% no han tenido familiares que hayan creado empresas (ver gráfico 7).

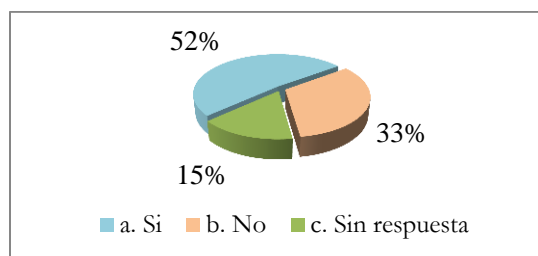
**Gráfico 7.** Familiares emprendedores



**Fuente:** la investigación (2013)

Sobre la referencia a la creación de empresas en el lugar de residencia (barrio), se encontró lo siguiente:

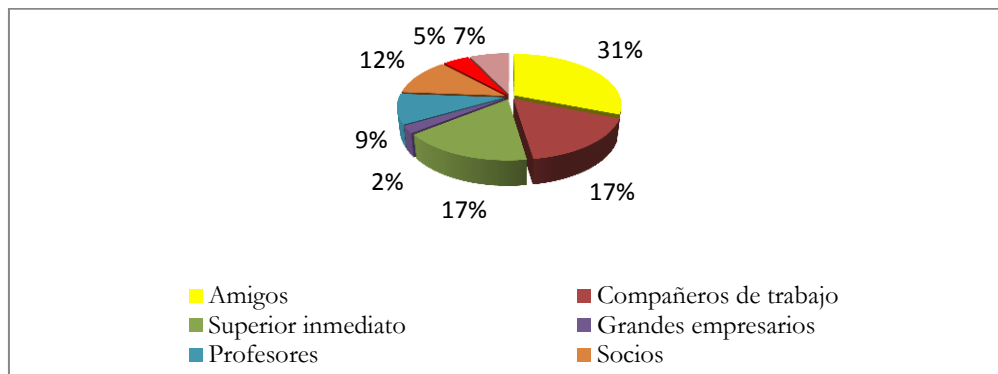
**Gráfico 8.** En el lugar de residencia se hacía o no referencia a la creación de empresas



**Fuente:** la investigación (2013)

En cuanto a personas que influyeron en la decisión de ser emprendedor, se encontró lo siguiente:

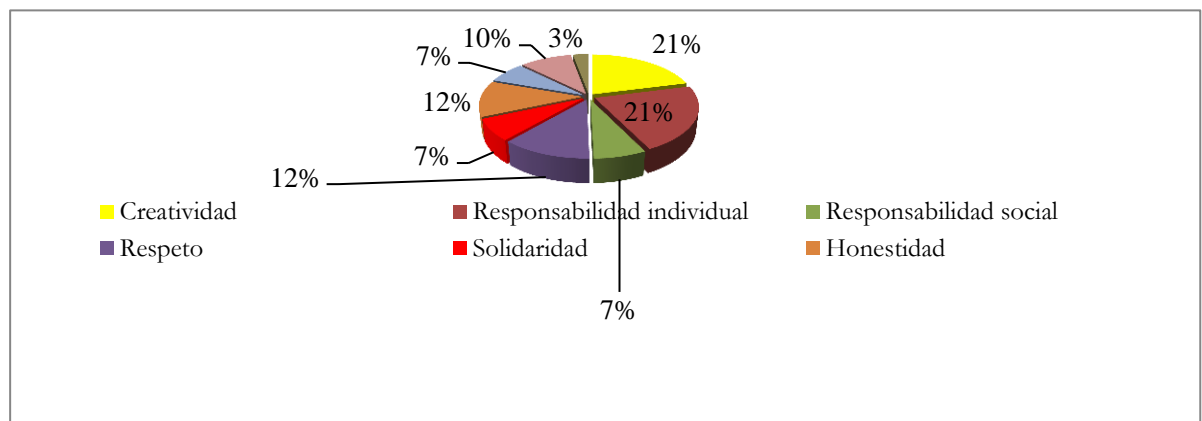
**Gráfico 9.** Personas que influyeron en la decisión de ser emprendedor



**Fuente:** la investigación (2013)

Respecto a los valores sociales, se presentaron los siguientes:

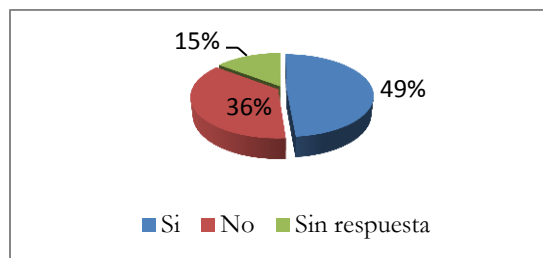
**Gráfico 10.** Valores sociales que presentan los emprendedores de la ciudad de Pasto.



**Fuente:** la investigación (2013)

En cuanto a la opinión de favorabilidad para el emprendimiento en la ciudad de Pasto, se encontró lo siguiente:

**Gráfico 11.** Favorece o no el contexto al emprendimiento.



**Fuente:** la investigación (2013)

Cualitativamente, dichas opiniones se expresaron desde diferentes puntos de vista, los cuales se ubicaron bajo las categorías que se muestran en los cuadros 1, 2 y 3.

**Cuadro 1.** Educación para el emprendimiento

| Formal                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Familiar                  | Contexto inmediato                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------|
| Ley 115 de febrero 8 de 1994. Artículos: 1, 2, 3, 5, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 20, 30, 31,91,92,109,110,111. Ley de educación. Ley 30 de diciembre 28 de 1992. Artículos: 1-19, 28-30, 107-111. Educación superior Ley 1014 de 2006. Artículos: 1, 2,3, 4, 11, 12, 13, 15, 16. Cultura del emprendimiento. | Experiencia en la familia | Enseñanzas y aprendizajes                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Enseñanzas y aprendizajes | Generar empleo e ingresos                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Apoyo moral y económico   | Lograr independencia                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Experiencia individual    | Influencia de esposa, familiares, amigos, vecinos. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Para lograr independencia | Por iniciativa propia (ninguna persona influenció) |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Por jubilación            | Por jubilación                                     |

**Fuente:** la investigación (2013)

**Cuadro 2.** Valores y actitudes hacia el emprendimiento

| Valores y actitudes                                                               | Valores y actitudes en sentido negativo                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Apoyo y receptividad de las actividades emprendedoras en la ciudad.               | No existe vocación empresarial; debilidades culturales cognitivas y comunicacionales.                   |
| Actitudes hacia el cambio de una cultura tradicional a una más abierta.           | Existe una cultura tradicional y conservadora e impedimentos socioculturales.                           |
| Actitudes hacia la independencia.                                                 | Dependencia del empleo.                                                                                 |
| Buena predisposición para el trabajo.                                             | Existen mitos y tabúes sobre el emprendimiento.                                                         |
| Existen iniciativas de parte de los jóvenes.                                      | Escasa difusión de programas y poca motivación hacia los sectores juveniles.                            |
| Apoyo y receptividad de las actividades emprendedoras por parte de las entidades. | Falta planificación en la economía del departamento, poca seriedad administrativa y para el desarrollo. |
| Existencia de estudios de factibilidad, planes de negocios y proyectos.           | Falta de innovación y tecnología, iniciativas coyunturales y sin investigación.                         |

**Fuente:** la investigación (2013)

**Cuadro 3.** Favorabilidad del entorno hacia el emprendimiento.

| <b>Se favorece el emprendimiento</b>                   | <b>No se favorece el emprendimiento</b>                       |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 1. Se presentan oportunidades de negocios              | 1. Se presentan actitudes y valores negativos                 |
| 2. Existe cultura del emprendimiento                   | 2. No existe cultura del emprendimiento                       |
| 3. Presencia de entidades que apoyan el emprendimiento | 3. Poca atención de las entidades para la creación de empresa |
| 4. Existe educación para el emprendimiento             | 4. Debilidades en la educación                                |
| 5. Se da apoyo económico                               | 5. Intereses elevados en los créditos y escasez de recursos   |
| 6. Hay un desarrollo regional                          | 6. Alta competencia y poco mercado                            |
| 7. Se satisfacen necesidades personales                | 7. Falta de industrialización y tecnología                    |
| 8. Por independencia laboral                           | 8. Poca tendencia a la asociatividad                          |
| 9. Para disminuir el desempleo                         | 9. Hay clientelismo y corrupción                              |
| 10. Inmigración                                        | 10. El contrabando y la violencia                             |

**Fuente:** la investigación (2013)

## 5. Conclusiones

Para analizar la educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de la Ciudad de Pasto (Colombia), se examinaron los resultados y los testimonios de los participantes en la investigación, en cuanto a una educación formal o impartida por las instituciones, educación recibida desde el seno familiar y aquella que se recibe del contexto inmediato o lugar de residencia del emprendedor. Para efectos de mayor claridad, cada contexto educativo se analizó desde dos posiciones que se percibieron en los resultados y las opiniones de los emprendedores: una que habla de la pertinencia y favorabilidad de las enseñanzas recibidas de la sociedad, y una segunda que muestra las debilidades y no favorabilidad de dichas enseñanzas.

### 5.1 Educación formal

Respecto a la educación formal, al tener en cuenta que la educación consiste en un proceso de cualificación personal que puede aportar en la transformación social, según los testimonios obtenidos (2013), los participantes consideran que se debe educar en emprendimiento desde edades tempranas:

“Se han dado mayores pasos hacia el emprendimiento, pero se requiere mayor estímulo en grados menores (infancia), en nuestro Departamento la cultura es el factor básico que no permite el riesgo y crear empresa es un riesgo grande”; igualmente se valora el hecho de que se haya incluido al emprendimiento como asignatura en la educación media: “Ahora es cátedra en los colegios”; también, se aprecia el estudio a nivel superior: “Queríamos trabajar después de la jubilación, y los hijos estudiaron carreras afines, actualmente aportan su trabajo en la empresa”; del mismo modo, aparecen nociones altruistas sobre el trabajo: “Me enseñaron que el trabajo dignifica a las personas”.

Relacionado con la educación en emprendimiento y el trabajo, la Ley General de educación y la Ley de Educación superior, en algunos de sus apartes, lo contemplan, lo mismo que la Ley 1014 de 2006, promulgada para promover una cultura del emprendimiento; algunos artículos relacionados se indican en el cuadro 1.

Pero, así mismo, respecto a la educación para el emprendimiento desde las instituciones, los emprendedores arguyen debilidades que hacen que el contexto de Pasto no sea facilitador de iniciativas emprendedoras. Se opina que sí se debe impartir educación para el emprendimiento, pero bajo otra orientación: “Debería nacer desde la educación en los colegios (realmente, desde la familia), de lo cual adolece la sociedad, nos educan para ser dependientes, buenos trabajadores pero no para ser propietarios de nuestros propios negocios”; así mismo, se piensa que los profesionales están mal formados, porque únicamente les interesa cumplir con las obligaciones: “Mala calidad de profesionales en Pasto, se hacen trabajos gratis para cumplir requisitos en la universidad”; de igual manera, se piensa que la experiencia en la creación de empresas, también la deberían tener los docentes para no quedarse solamente en la teoría:

“Se utilizan educadores que no son emprendedores, son empleados”; por otro lado, se piensa que igualmente se debe educar al consumidor para que aprecie lo que se produce y compra, así como cambiar la idea hacia la valoración de lo propio y regional: “La gente solamente está interesada en las banalidades, un negocio donde se venda alcohol sí es prospero, pero la idea con la generación de empresas propias de la región, es tratar de educar y guiar a la población en que lo nuestro vale mucho”. Y no solamente educar en generalidades, sino hacer énfasis en sectores económicos y sociológicos: “Para poder iniciar una empresa se debe conocer bastante el sector en el cual se desea iniciar”; se cuestiona a la institución educativa y su pertinencia en la formación de las nuevas generaciones de acuerdo a las necesidades regionales: “No se apoya el emprendimiento, sobretodo en determinadas áreas del conocimiento que a causa del proceso natural y cultural por el que atraviesa el Departamento de Nariño, no se consideran primordiales a la hora de planear su crecimiento”.

## **5.2 Educación desde la familia**

En cuanto a los aprendizajes recibidos desde el seno familiar, los emprendedores citaron varios aspectos que se examinan a continuación según los testimonios (2013) (véase también gráficos 6 y 7 y cuadro 1). En primer lugar, tienen en cuenta la tradición de la familia en negocios: “Por tradición familiar, los abuelos eran comerciantes”; además se cita el aprendizaje en la práctica de los negocios: “Los padres me impulsaron llevándome a trabajar con ellos enseñándome su labor para que yo les pueda colaborar luego”; dentro de la convivencia familiar, asimismo, aparecen iniciativas de

asociatividad emprendedora: “En diálogos en familia siempre se había abordado el tema de crear una empresa en asocio con los hermanos”; igualmente, se reconocen las habilidades de los padres como motivación: “El emprendimiento de los padres y sus habilidades para los negocios”; incluso, se tienen en cuenta los buenos resultados obtenidos en empresas familiares: “Mi padre era comerciante independiente, empresario exitoso, con ejemplo del mismo negocio”; entonces, estas experiencias estimulan la creación de empresa: “La experiencia positiva obtenida en la familia alentó la idea de continuar en el camino de la independencia”; a la par, se tiene en cuenta la empresa familiar que genera empleo para sus miembros: “Trabajando en la empresa creada por mis padres para obtener remuneración y no tener que pedir dinero para las necesidades propias”; se encuentra, además, cierta exageración en los conceptos sobre negocios: “Deseo de los padres, desde la niñez nos impulsaban a los negocios, mi padre me decía que todo debía venderse”; y así mismo, el trabajo por el desarrollo del territorio: “El ejemplo de mis padres mostrándonos lo que es el trabajo y las necesidades de la región”.

En el aprendizaje familiar, también se encuentra la enseñanza de la independencia: “Siempre decía mi padre que es mejor tener negocio propio que estar trabajando para otras personas que no valoran el trabajo que se realiza”; igualmente, la formación sobre liderazgo: “Mi padre como docente nos formó con el ideal de liderazgo”. Se mencionan también, enseñanzas y aprendizajes relacionados con el papel del trabajo: “Recibí la educación con la enseñanza de trabajar”; en la educación familiar también se guía en sentido moral: “Nuestros padres tienen negocios relacionados con la fotografía, de esta manera inculcaron el valor del trabajo y enseñaron sobre el mismo”.

Además, se mencionó el apoyo familiar mediante la conversación, los consejos, moral y en ocasiones apoyo económico: “Porque siempre me colaboraron en todos los negocios que emprendí desde niña, vendiendo golosinas a los de mi casa, a mis compañeras de colegio y mi papa enseñándome a ahorrar y a saber administrar el dinero”. Incluso, se considera la experiencia individual del emprendedor desde edades tempranas: “Realizando pequeños negocios que generan ingresos, vender productos en el colegio”; o en la juventud aprendiendo empíricamente: “Desde joven trabajé en los almacenes como vendedor, lo cual siempre me ha caracterizado como buen vendedor y negociante”.

En cuanto a la educación recibida desde el seno familiar que no colabora para la formación de un emprendedor, en los participantes se nota una formación para la dependencia laboral, según los testimonios (2013): “Deseaban que fuera un trabajador asalariado, que tuviera dependencia laboral”; el modelo del padre se tiene, también, presente: “El padre empleado enseñó a sus hijos a ser empleados”; entonces, el núcleo familiar entra a jugar un papel socializador primordial: “La educación que se había recibido y el modelo familiar, eran estudiar para ser empleado, trabajar con dedicación, honradez y mucha responsabilidad”.

Igualmente, se tiene en cuenta la falta de motivación al interior de la familia, por ejemplo, el hecho de tener visiones diversas respecto al trabajo por pertenecer a épocas disímiles: “No hubo estímulo, eran generaciones diferentes”, al indicar con esto que las generaciones anteriores, las del siglo XX, no tenían iniciativas ocupacionales independientes debido a la escasa educación y a los inicios del proceso de industrialización en Colombia, que absorbió mano de obra asalariada y conformó una tradición de acatamiento de esa forma de trabajo: “Mis padres no tenían tiempo para darnos esa fortaleza, muy conservadores”; igual aparece otro factor que no motiva, aunque cuestionable por el hecho de pensar que la dedicación o pensamiento humanista no conlleva al emprendimiento: “Mi

familia es más humanista, aunque mi padre siempre fue un buen administrador”, aquí se notan dos aspectos: uno que considera a las ciencias sociales y humanas alejadas de la creación de empresa, equivocación que inclusive la sostienen las facultades de Administración de empresas al no incluir estudios sociológicos o antropológicos en sus currículos, tornando su formación en sentido técnico; otro aspecto es el considerar al emprendimiento orientado solamente a la creación de empresa y no como elemento fundamental para el desarrollo humano integral.

### 5.3 Educación desde el contexto

Otro aspecto que se analiza en cuanto a educación, es aquella recibida desde el contexto inmediato del emprendedor. Así, según los testimonios (2013) (véase también gráfico 8 y cuadro 3), la experiencia la asimilan de “charlas interesantes y se hablaba de lo económico”; así mismo, se aprende de “comentarios con amigos, con la unión de profesionales afines, con el objetivo de prestar servicios”; similarmente, se piensa en la asociatividad “construir negocios colectivamente”; además, se observa el entorno con “buena vida en el comercio y personal para dar trabajo”; lo mismo que la existencia de “puntos de gran influencia de mercancías importadas”; y observaciones que poco tienen que ver con los negocios, pero que pueden tener iguales efectos, como la siguiente: “Los vecinos decían que era conveniente montar unos negocios para que las calles no se vean tan solitarias”.

De la misma manera, en el entorno inmediato se hace referencia a la creación de negocios para generar su propio empleo y, por supuesto, ingresos, aunque no constituye la preocupación central como quizá se esperaría, por cuanto las opiniones no fueron abundantes y todas son generalizaciones: “De alguna manera se debía generar ingresos, generar trabajo”; igualmente, al considerar la inestabilidad económica del Departamento, se atienden algunos “consejos ante la delicada situación laboral”; en otros casos, se tiene en cuenta esta iniciativa para el tiempo de post-jubilación: “Después de la jubilación se tiene la idea de seguir trabajando en una empresa propia”, probablemente para mantener la actividad del trabajo, con la seguridad de los recursos, pero no realmente por una motivación emprendedora. Lo anterior, contrario a la idea que tienen algunos emprendedores, de asumirlo por iniciativa propia: “Hasta que se tomó la decisión de iniciar sola y sigo sola, motivación de crear empresas, tener iniciativa”; igualmente, motivados por proyectos que se han trazado y que indican mayor elaboración de la idea de negocio: “Imaginando que se puede llegar alto y tratar de hacer que se cumplan las metas”, o con el deseo de logro para llevar adelante ideas innovadoras: “Siempre deseábamos sobresalir en algo interesante, montar un negocio que no existiera en la región”.

En este mismo sentido, se considera interesante indagar sobre la influencia de otras personas del entorno en la idea de ser emprendedor (véase gráfico 9), ante lo cual se dan testimonios (2013) que van desde la concepción espontánea: “El emprendimiento se fue dando circunstancialmente, es iniciativa propia”; o para subsanar el desempleo y la propiedad sobre los medios de producción: “El deseo fuerte de tener empresa propia impulsó al riesgo”; también se considera la influencia de la experiencia educativa: “Influencia en el bachillerato y la universidad”, lo mismo que el asumir una búsqueda propia del saber: “la investigación y la curiosidad forman grandes líderes”; igualmente, se reflexiona sobre la práctica adquirida en trabajos afines: “La experiencia al trabajar con comunidades afrodescendientes en la Costa Pacífica nariñense”; hasta el considerar la conformación de una tradición empresarial al transferirse los conocimientos entre personas emprendedoras: “aunque en el camino y

mucho más ahora, el gusto de rodearse de personas de mente empresarial que han marcado un hecho importante para el continuo emprendimiento”.

Así también, en el contexto inmediato del emprendedor tiene influencia la idea de independencia: “Siempre se ha inculcado la creación de empresa como principio de independencia económica”, lo cual es admisible en cuanto a que se ha inculcado una creencia, pero errónea en el sentido de continuar con la falacia de la independencia económica, confundiéndola quizá con la independencia política, pero, para el caso de la economía y, particularmente, de una empresa, en su proceso productivo, inversiones, organización, decisiones y otros, se encuentra en interdependencia con otros factores externos; aunque también se puede tomar el término como productividad con racionalidad de recursos económicos y tecnológicos. Lo mismo se puede decir para la aseveración en cuanto al “deseo de ser profesional independiente”, aunque aquí ya se involucra a la educación y sus tendencias, entre líneas se puede leer que igual se forman profesionales para la dependencia. Interesante resulta la siguiente idea: “uno siempre debe pensar en que debe ser el jefe”, esto se puede interpretar como el mantener un pensamiento de superación, pero también está implícita una idea *mítica* de dirección, donde el jefe puede tomar decisiones independientemente de la organización.

Respecto al contexto inmediato o lugar de residencia, como no favorable para que se den acciones emprendedoras, se encontraron factores relacionados con una formación para el trabajo dependiente, la escasa o débil experiencia en la creación de empresas y la falta de motivaciones en el entorno. Estas opiniones se dieron en mínima cantidad y relacionadas con lo que ya se analizó en la parte de educación; por ejemplo, concerniente a la dependencia laboral, se dice que los habitantes del barrio se dedican a buscar trabajo estable ya sea por la apremiante situación económica en sus hogares o porque tanto en el colegio como en la familia fueron formados para ser empleados que cumplen con valores ciudadanos como la dedicación, honradez y responsabilidad; así mismo, tampoco se habían notado grandes experiencias de emprendimiento en el barrio ni había propietarios de empresas.

#### 5.4 Cultura del emprendimiento

Otro aspecto que se considera para agrupar opiniones alrededor de la favorabilidad del contexto, es la existencia de una cultura del emprendimiento (véase gráfico 11 y cuadro 3); al respecto se hace alusión a algunas prácticas culturales existentes según los siguientes testimonios (2013): “Se favorece, pero no en la medida en que se quisiera, pues la cultura de la no inversión, de no arriesgarse, la falta de asociatividad y de ser cortoplacistas, son de los principales obstáculos que se encuentran”; para algunos se hace necesario “cambiar la cultura tradicional”, seguramente haciendo referencia a ciertas actitudes que, sin representar la cultura en su totalidad, sí pueden hacer parte de ella junto con los valores sociales y creencias, como se dijo antes, y se aclara también la referencia a “lo tradicional” ya que puede pensarse que la enseñanza recibida de la sociedad, está solamente en sentido negativo, de pasividad y temor como imaginarios heredados históricamente, y que las nuevas generaciones *per se* traerán el cambio: “pero creo que se están dando unos cambios importantes en materia de emprendimiento, ya se está dejando el miedo, pues las nuevas generaciones son más arriesgadas”.



Otro factor que se considera para agrupar opiniones alrededor de la no favorabilidad del contexto, es la no existencia de cultura del emprendimiento (véase gráfico 11 y cuadro 3); algunos emprendedores respondieron que es débil: “Nariño no tiene vocación empresarial y es necesario estimular el emprendimiento en las nuevas generaciones”; otros afirman que solamente existen mitos y tabúes alrededor de la creación de empresas y negocios: “Están llenos de mitos que los han aprendido en sus universidades y en la información de los medios de comunicación, creen que hacer empresa es difícil y que se necesita dinero, prefieren seguir en la comodidad de lo que hacen, conservadores y temerosos”, se hace alusión a otro tipo de cultura, quizá a una tradicional y conservadora, en el sentido de promover la dependencia en el trabajo y la economía; “Pasto es una ciudad llena de tabúes y mucho ausentismo de nuevas ideas”, se expresan los impedimentos socioculturales que frenan la innovación para el desarrollo económico.

Los comportamientos sociales, cercanos a aquello que se conoce como neocolonialismo, es decir, con una marcada diferenciación social, obstaculizan el camino hacia el progreso: “La misma sociedad hace que Pasto no crezca, no se puede hacer emprendimiento en una ciudad que se limita a sí misma”; y se manifiesta la poca sensatez con que se asumen los asuntos administrativos y de desarrollo local: “Pasto será y seguirá siendo el chiste de Colombia lastimosamente”; en esto también entran las instituciones encargadas de incentivar la creación de empresas, cuyos programas, según algunos, no tienen la difusión suficiente: “Falta de motivación y oportunidad, no hay una institución que apoye el emprendimiento”, y “No hay un entorno institucional ni cultural que lo incentive”.

Comparativamente, se considera que la perspectiva cultural local se encuentra en un nivel que no respalda las dinámicas sociales y económicas actuales: “Existen actitudes atrasadas con relación a otras culturas”, y una larga tradición de colonización y sometimiento generó un pesimismo que aún se siente: “La cultura en Pasto tiende a resaltar y concentrarse en las cosas negativas de cada situación”, o “Cultura del lamento”; y aunque la expresión “No saben vender” parezca no trascendente, refleja esas debilidades culturales, cognitivas y comunicacionales ya que la oferta de un producto, idea o proyecto debe estar sostenida por un alto grado de convencimiento que lo da la educación y el entorno cultural. De una manera práctica, un emprendedor muestra la proporción que realmente tendría convicción a la hora de asumir compromisos: “Al preguntar a un paisano si quiere tener empresa, todos responden que sí, pero sólo el 10% está dispuesto a pensar y actuar en esa posibilidad”; así, se nota escaso trabajo para el fortalecimiento de una cultura del emprendimiento, sobre todo en el sector de población destinado a asumir este papel como son los jóvenes: “Los jóvenes le apuestan más a encontrar un trabajo que a generar trabajo, aún prima la idea de ser empleados y que esta es la única forma de sobrevivir”.

## 5.5 Actitudes y valores

En cuanto a las actitudes o disposiciones en sentido positivo que los emprendedores observan en su entorno (véase gráfico 10 y cuadro 2), en primer lugar, según los testimonios (2013), se encuentran preferencias hacia la independencia: “Deseos de independizarse, tener ingresos propios, deseos de progresar y de tener una fuente económica”; aquí, igualmente, hay que hacer algunas anotaciones sobre el ideal de independencia y de progreso, ya que dentro del ámbito económico significa restringir las relaciones comerciales para dedicarse a un autoconsumo; pero, la independencia también puede ser vista como libertad de empresa al poder asumir cualquier tipo de negocio: “Hay que tener positivismo ya que hay muchas personas que se han dedicado a su propio negocio con diferentes ideas”.

Otra actitud positiva que los emprendedores encuentran en el contexto, es el apoyo y receptividad frente a las actividades empresariales: “Hay acogida, apoyan al empresario cuando se trata de un producto nariñense”; también se menciona la receptividad que tienen las entidades: “Con capacitación, asesoría técnica y crédito fácil y a bajos intereses hay receptividad para crear su propia empresa”. A la par, se afirma que se encuentra una buena actitud para el trabajo: “La gente de esta ciudad es trabajadora y su trabajo es de excelente calidad”; así mismo, se considera que practican un conjunto de valores que incentivan el emprendimiento, como los siguientes: “Buena imaginación, innovación, responsabilidad, competencias, constancia, convivencia, creatividad, liderazgo, perseverancia, crecimiento, dedicación, experiencia, poseen conocimiento, bien capacitados, tienen iniciativa, honestos, inteligentes, pujantes y visionarios”; igual se mencionan ciertas actitudes de los jóvenes: “Las actitudes deben tenerlas los jóvenes para crear empresas y no ser empleados”; y en cierta forma aprovechar sus potencialidades: “Ganas de salir adelante y ser empresarios, nacimos con el deseo de crear siempre algo, muy locos se arriesgan a crear negocios, necesidad de surgir”.

En cuanto a valores y actitudes que se encuentran en *sentido negativo* (véase gráfico 10 y cuadro 2), se expresaron las siguientes opiniones que se comentan: “tener una actitud pasiva, timidez, reacios al cambio”, modos de ser que en absoluto son inherentes al habitante de Pasto, sino conformados históricamente, la época de relaciones coloniales no precisamente promovió actitudes emprendedoras, por el contrario, fomentó una formación pasiva y para la dependencia; luego, en el siglo XIX, de independencia, tampoco se promovió una educación industrial y para el progreso; a inicios del XX se comienza con el proceso de modernización del sur occidente colombiano que implica un cambio radical en la educación y acoger la técnica, tecnología y aplicación de las ciencias exactas e ingeniería en la construcción de infraestructura para impulsar la economía regional; en el Departamento de Nariño fue lento este proceso, y aun entrado el siglo XXI, se encuentra una cierta resistencia ideológica a los cambios que traen los tiempos.

Los anteriores efectos se reflejan en expresiones como: “Mentes herméticas y cerradas a la creación de empresa”, “Temor de enfrentar nuevos retos” “No apoyamos a nuestras empresas, preferimos comprar por fuera en la mala creencia en que lo nuestro es malo”; estas alusiones, precisamente conllevan a no acoger otras técnicas, tecnología y la innovación en la producción y comercialización, lo cual puede crear un imaginario de la *mala calidad* de los productos locales, lo mismo que expresar esa resistencia en forma de un autocontrol, como puede interpretarse lo siguiente: “A los pastusos no les gusta que los demás progresen”, “Existen antivalores entre los cuales están: la desconfianza, egoísmo, facilismo, oportunismo, falta de amor por lo nuestro”.

Lo anterior unido a una falta de planificación en la economía del Departamento, lo cual conlleva al desorden e inestabilidad, genera actitudes de temor para la inversión y creación de empresa: “Miedo a invertir, hay temor de perder”; “Son miedosos para crear empresas, puede ser por la idiosincrasia, pero si ven que a otros les va bien, ahí si la crean”; aparece aquí la expresión *idiosincrasia* como un temperamento propio, como una forma de ser o un *ethos*, lo cual según Geertz (1997): “se trata de la actitud subyacente que un pueblo tiene ante sí mismo y ante el mundo que la vida refleja” (p. 118), pero la idiosincrasia también es cambiante y puede generar diferentes actitudes en distintos momentos, no necesariamente marca a los pueblos de manera inamovible. También se nota en la expresión, lo coyuntural para crear empresa, es decir, una falta de estudios previos o de factibilidad o investigación

alrededor del tema de interés: “Existen herramientas, pero faltan actitudes para lograr o querer utilizarlas” y “Siempre se piensa en lo negativo y no en lo positivo o en las cosas extraordinarias que se podrían hacer”.

La educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas, conforma valores, actitudes y creencias que resultan determinantes para el emprendimiento. Parte de los emprendedores manifiesta la existencia de una axiología y actitudes que no colaboran para que se den condiciones favorables al emprendimiento, pero que son susceptibles de cambio y de mejoramiento a través de la educación. En los valores, actitudes, creencias y formas de educación se reflejan inquietudes emprendedoras, pero también se nota dispersión en las ideas, lo cual indica que en la ciudad de Pasto se está en la construcción de una cultura del emprendimiento que es la que encausa las inquietudes hacia mejores resultados. El fortalecimiento de una cultura emprendedora no es responsabilidad solamente de los individuos, sino un trabajo mancomunado con las instituciones, la educación, las políticas públicas y un manejo adecuado de la economía en general. Al considerar a los jóvenes de más de veinte años, estos únicamente en una quinta parte participan con acciones emprendedoras, la educación debe fortalecer su papel para motivar a este sector de población, el cual es el llamado para crear empresa y dar sostenibilidad a los emprendimientos.

## 6. Referencias

- Alcaldía de Pasto. Secretaria de Educación Municipal. (2013). Recuperado de <http://www.educacionpasto.gov.co/>
- Alvarado, S.; Rey, G.; Ocampo, E. (1998). Desarrollo humano: un marco obligado para pensar la calidad de la escuela. Manizales: CINDE.
- Andrade, H. (1990). Cultura organizacional, administración de recursos simbólicos y comunicación. En Fernández, C. (Ed.) *La comunicación en las organizaciones*, (pp. 107-121). México: McGraw-Hill.
- Ángel, A. (enero/marzo, 1992). Ecosistemas y cultura. *Revista universidad de Antioquia*, LX (227), 7-20.
- Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Madrid: Paidós.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2012). *Anuario estadístico: Movimiento del registro público*. Pasto: Ediciones de la C CP.
- Congreso de la República de Colombia. (1992, 28 de diciembre). Ley 30. *Por la cual se expide la ley de educación superior y se dictan otras disposiciones*. Recuperada de [http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-211884\\_Ley\\_30.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-211884_Ley_30.pdf)
- Congreso de la República de Colombia. (1994, 8 de febrero). Ley 115. *Por la cual se expide la ley general de educación y se dictan otras disposiciones*. Recuperada de [http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906\\_archivo\\_pdf.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf)
- Congreso de la República de Colombia. (2006, 26 de enero). Ley 1014. *Por la cual se fomenta la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones*. Recuperada de [http://www.elabedul.net/San\\_alejo/Leyes/Leyes\\_2006/ley\\_1014\\_2006.php](http://www.elabedul.net/San_alejo/Leyes/Leyes_2006/ley_1014_2006.php). 26 de enero de 2006.
- Enríquez, O. (febrero, 1996). La crisis de valores y de subjetividad en las nuevas dinámicas del poder. *Revista Meridiano*. 32, 185-188.
- Geertz, C. (1997). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa S.A.
- Hernández Sampieri, R.; Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ª. ed.). México: McGraw Hill.

- Marshall, A. (1951). Principios de Economía. En J. S. Mill (Ed.) *Principios de Economía Política. Con algunas de sus aplicaciones a la filosofía social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Red ORMET. (2012). *Diagnóstico socioeconómico y del mercado de trabajo en la ciudad de Pasto*. Pasto: Universidad de Nariño.
- Redondo, Rueda & Amado. (noviembre, 2013). Conducta prosocial: una alternativa a las conductas agresivas. *Investigium-ire*, 4(1). 234-243.
- Tarapuez, E. & Botero, J. (2007). *Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor*. Bogotá: Cuadernos de Administración.
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. 3 ed. Bogotá: Pearson Prentice Hall.

## ESTUDIO DEL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO EN FUNCIÓN DE LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

**Ing. Juan Alfonso Rivas**

ing.juanpacheco@gmail.com

*Investigador adscrito a la Universidad de Carabobo, Centro de Investigación en Sociedad, Economía y  
Transcomplejidad Ciset Venezuela*

**Msc. Pacheco, Ariana**

ariana.rivas@gmail.com

*Profesora de la Universidad de Carabobo, Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Venezuela.*

**Msc. Mercedes Navarro Cejas**

mechyn@hotmail.com

*Profesora de la Universidad de Carabobo, Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Venezuela.*

### Resumen

En la actualidad se evidencia un fenómeno de revalorización del saber trascendiendo la tradicional producción de bienes y servicios. Esta tendencia ha llevado a focalizarse en la producción intelectual, o bien en la mentefactura. El presente ensayo tiene como propósito realizar un análisis crítico sobre el desarrollo del talento humano en función de la economía del conocimiento. Asimismo, se estudiara la generación de patentes como un indicador del fenómeno en estudio. Para ello, se estudiarán las obras de Oppenheimer (2010), la de Cordeiro, Benesuela vs Venezuela (2000), entre otras.

**Palabras Clave: Mentefactura, Talento humano, Economía del conocimiento, patentes.**

### Abstract

At present a phenomenon of revaluation of knowledge transcending the traditional production of goods and services is evident. This trend has been to focus on the intellectual production, or in the mentefactura. This paper aims to make a critical analysis of the development of human resources in terms of the knowledge economy. Also, the generation of patents as an indicator studies the phenomenon under study. To do so, the works of Oppenheimer (2010) studied the Cordeiro, Benesuela vs. Venezuela (2000) among others.

**Keywords: Mindfacturing, human talent, knowledge economy, patent.**

### 1. Introducción.

La búsqueda de conocimiento es un acto en principio de orden natural y espontaneo, propio de la naturaleza humana. Para Ríos (2000) “todos los seres humanos tenemos la facultad de conocer y de profundizar en relación con lo conocido, en una función cognoscitiva que se realiza a través de un proceso dinámico”. De esta manera, cada individuo percibe un interés propio por su entorno y lo manifiesta en la medida en que interactúa con este.

En este contexto, es un secreto a voces que en la medida que el talento humano se desarrolla a través de la educación, la investigación y la generación de saberes, impulsa de forma exponencial el medio donde se desenvuelve. De igual forma, se fomenta la prosperidad de una nación. Sobre ello Cordeiro (2010) sostiene que: “La verdadera riqueza de un país no está en su materia prima sino en la materia gris de los ciudadanos. La única industria básica y estratégica es la educación”. De allí, que los esfuerzos se han avocado a la estimulación del conocido capital intelectual, es decir, aquellas personas capaces de pensar, crear e innovar en función de la mejora de la calidad de vida de quienes integran la sociedad y cuyos esfuerzos pueden verse luego reflejados entre otras cosas, en creación de patentes. En este sentido, muchos países ya muestran los resultados de su inversión en lo que se conoce como la economía del conocimiento, el estímulo de la producción intelectual a través del desarrollo de competencias generales, técnicas y actitudinales que les permitan emprender en distintos escenarios donde se desenvuelven.

## 2. Revisión de la Literatura.

### 2.1 *Talento humano y economía del conocimiento*

En la actualidad se ha incrementado el interés así como el redireccionamiento que han tomado los centros de desarrollo de talento humano en cuanto a la generación del conocimiento. Lo mismo ocurre a nivel de los sistemas educativos y formas de trabajo de muchos países. Es decir, cada vez se hace más evidente como aquellas actividades que dependen más de la función cerebral que de la fuerza física, no solo son mejor remuneradas sino que son más reconocidas. Sobre esto Cordeiro (2010) sostiene que: “las grandes industrias del futuro no serán de la manufactura sino de la mentefactura. Las fábricas ya no dependerán de las manos sino de la mente. Las tendencias mundiales son muy claras al respecto”.

Vista la cita anterior, puede inferirse como el mundo, cada vez más globalizado, esta agregando mayor significado a la producción intelectual, es decir, a lo intangible. En este contexto, Oppenheimer (2010) sostiene lo siguiente:

Aunque los países pueden desarrollarse económicamente con base en sus materias primas y manufacturas tradicionales —allí están los ejemplos de Chile y Nueva Zelanda, que analizaremos más adelante—, difícilmente podrán avanzar y reducir la pobreza con mayor rapidez si no convierten sus materias primas en productos más sofisticados, con mayor valor agregado, o con nuevas tecnologías de producción que les dan una ventaja sobre sus competidores en el resto del mundo. Nos guste o no, estamos viviendo en la era de **la economía del conocimiento**, donde los países más ricos son los que producen servicios de todo tipo —cibernética, ingeniería, farmacéutica, entre otros— y donde algunos de los que tienen mayores Índices de pobreza son los que tienen más materias primas.(p. 30).

Este fenómeno conlleva, a repensar la manera en que se están haciendo las cosas, puesto, que los sistemas tradicionales en los que se sosegaba la creatividad y el principal objetivo era la producción en serie o la transformación de insumos tanto en productos como en servicios, hoy día comienza a quedar obsoleta.

Aparece entonces la denominada economía del conocimiento como un desafío para el desarrollo de competencias en el talento humano. Tal como lo expresa Laya (2010) “hay una necesidad de pensar la economía del conocimiento desde otra perspectiva epistemológica, desde otra lógica económica, desde una nueva racionalidad científica postmoderna, a la que podemos denominar el paradigma de la

Transcomplejidad”. Para lo cual, ya no es posible ver el conocimiento como en la era del positivismo, un conjunto segmentado de saberes; ahora se requiere traspasar las barreras de las distintas disciplinas, promover talento capaz de solventar los retos de un mundo cada vez más complejo.

Así pues, Carrillo (2012) citado por Laya sostiene que este tipo de economía “además de los elementos objetivos, lógicos o racionales del conocimiento, incluye también los elementos subjetivos, analógicos o emocionales del mismo, como la intuición, la sensibilidad y la expresión artística”. Es entonces cuando, se identifica como necesario el fomento de profesionales no solo cada vez más preparados académicamente sino además con un enfoque transdisciplinar.

## ***2.2 Cultura de inversión en el desarrollo de talentos***

Por su parte, hoy en día, los países que han avanzado significativamente en términos de tecnología, informática, medicina y calidad de vida son aquellos que precisamente, han invertido sustancialmente en el talento humano desde la educación básica. Al respecto, Cordeiro (2010) indica que “los países de alto desarrollo tecnológico han entendido que uno de sus grandes capitales es el conocimiento, por lo que dedican gran parte del año a que sus niños se adiestren en las mejores formas de aprenderlo y aplicarlo”.

Esto se traduce, no solo en inversión en términos financieros sino además en el tiempo dedicado a la formación. De allí que es posible estimar como países con elevados niveles de desarrollo, tal como Japón y Alemania, invierten más de 200 días por año con jornadas entre 6 y 7 horas por día. Tal como puede observarse en la Tabla 1 a continuación:

**Tabla 1.**  
**Días de clases del año escolar en algunos países**

| <b>País</b>    | <b>Días de clase</b> |
|----------------|----------------------|
| Alemania       | 190/210              |
| Corea          | 204                  |
| Dinamarca      | 200                  |
| Francia        | 220                  |
| Holanda        | 220                  |
| Estados Unidos | 190                  |
| Japón          | 220                  |
| España         | 180                  |

Fuente: Mekler (2000)

En este contexto, en Venezuela, hasta el año 2009 el régimen educativo consistía de 180 días de clases aunque con la reforma de la Ley Orgánica para la Educación (2009) se estableció en su artículo 49, que “para el subsistema de educación básica el año escolar tendrá doscientos días hábiles”. No obstante, es evidente que aun cuando se dedica más tiempo la estrategia no ha resultado ser funcional, no solo por la efectividad del tiempo aplicado sino por las características propias del sistema educativo vigente centrado más en el uso de recursos naturales y manteniendo las características de un modelo monoprodutor. Tal como lo expresa Cordeiro (2010):

Mientras las naciones desarrolladas avanzan rápidamente hacia la revolución de la inteligencia, paradójicamente iniciada en Venezuela, nuestro país todavía no sale de la revolución agrícola centrada en la explotación de los recursos naturales. En vez de progresar hacia la era del capital humano, Venezuela se ha quedado en los tiempos del capital tangible.(p.83).

Asimismo el éxito de muchos países, como China, Singapur e India, se centran en la participación efectiva de distintos actores en los procesos de formación de talentos. Sobre esto, Laya (2010) plantea que la economía del conocimiento “debe involucrar la capacidad de aprendizaje de los actores de las instituciones del gobierno nacional, regional y local, los actores del sector productivo y académico para la conformación de redes interinstitucionales de gestión para abordar y resolver problemas puntuales en las comunidades”.

### ***2.3. Sobre los resultados de la Economía del conocimiento investigación e innovación***

Un posible indicador del desarrollo de know how de un país consiste en el desarrollo de patentes. Una patente es una de las figuras de protección de la Producción Intelectual, esta consiste de un Sistema presente a nivel Internacional en el cual se le asigna al producto un código que le otorga al inventor el derecho de exclusividad del mismo, entre otras cosas, para su uso comercial.

Según la Informe de Indicadores Mundiales de Propiedad Intelectual (2012), para el año 2011, el país con más patentes registradas a nivel mundial fue China, siendo en los últimos cien años el cuarto país en ocupar esa posición, después de Alemania, Japón y los Estados Unidos.

Estos productos, son el resultado de procesos de investigación e innovación, los cuales pueden tener su origen de la mano de particulares, unidades académicas y/o de investigación, empresas u otros. En base a lo cual, tal como indica López (2011) las universidades pueden “convertir la investigación no solo en una estrategia de aprendizaje, sino más aún, en una estrategia de desarrollo académico, industrial y empresarial”.

Asimismo, Quintás, Caballero, Arévalo y Piñero (2010) sostienen que “Las universidades desempeñan una función central en la difusión tecnológica y en la innovación, especialmente en las economías más avanzadas, cuya especialización productiva está orientada hacia producciones de mayor contenido tecnológico”. De allí, la necesidad de articular los esfuerzos academia-empresa en el desarrollo del talento humano con el fin de promover un desarrollo sustentable que fortalezca los aportes que ofrecen las universidades en cada país.

Por su parte, en Venezuela al igual que en otros países, el desarrollo de productos de investigación e innovación viene dado tanto del Sector académico como del empresarial. No obstante, en ambos casos es dependiente del nivel de inversión financiera, de tiempo y de talento, el cual dadas las condiciones país han ido en detrimento.

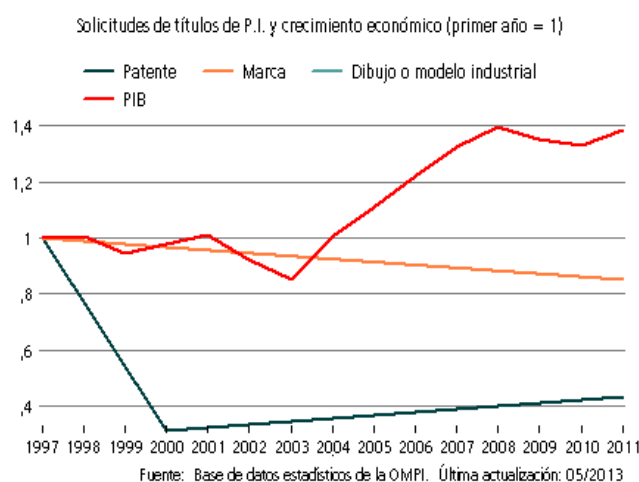
En este sentido, en cuanto a las estadísticas nacionales, Culshaw (2013) sostiene en su artículo que “La cantidad de patentes solicitadas en el país por empresas o particulares, nacionales o extranjeros, cerró en 1.622 unidades en 2012, indicador que ha venido cayendo estrepitosamente desde el año 2006, cuando se alcanzó un pico de 3.084 unidades”. A esto se suma, la complejidad de trámites



administrativos y la negativa del órgano rector por reconocer los productos como innovadores, sobre lo cual la misma autora sostiene que “existe cierto consenso entre los especialistas sobre la necesidad de que Venezuela no quede fuera de parámetros internacionales en materia de propiedad intelectual, pero las divergencias en cuanto a cómo lograrlo son grandes”.

En este sentido, la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (2013) presenta en el perfil estadístico de Venezuela en relación al registro de patentes y tal como se observa en la figura N° 1 como aun cuando el Producto Interno Bruto (PIB) nacional se muestra en crecimiento, el Registro de Patentes tiene una caída abrupta de la cual no ha logrado levantarse en la última década, caso distinto al registro de marcas.

**Figura 1**  
**Solicitudes de títulos de P.I.**  
**(residentes + en el extranjero) y economía**



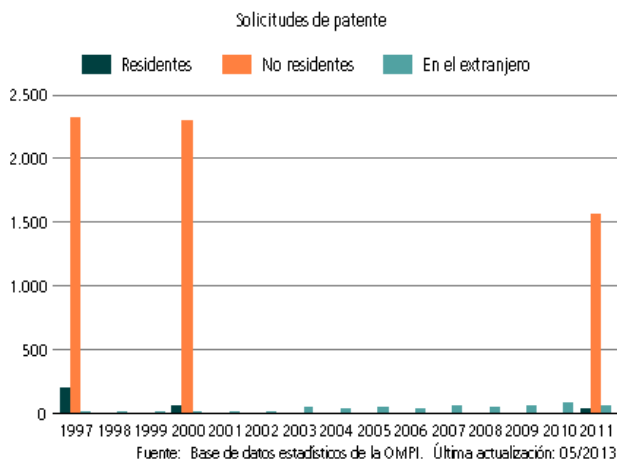
**Fuente:** Base de datos estadísticos de la OMPI (2013)

Asimismo, en relación a las **Solicitudes**, en principio debe considerar que la presentación de solicitudes y los títulos concedidos se dividen en las categorías siguientes:

- Residentes: presentación de solicitudes en el plano local;
- No residentes: presentación de solicitudes procedentes de otros países;
- Extranjero: presentación de solicitudes que se dirigen a otros países.

Sobre ello, es de notorio en la Figura 2, como existe un vacío entre los años 2000 y 2011 en cuanto las solicitudes, aun más se evidencia la casi inexistencia de solicitudes del tipo “residentes” después del año 2000.

**Figura 2**  
**Solicitudes de patente**



**Fuente:** Base de datos estadísticos de la OMPI (2013)

Ahora bien, en relación a los Sectores de tecnología en los cuales se concentra la producción de patentes, tal como puede observarse en la Tabla 1, es en el área de *Química de materiales* lo cual es congruente con el carácter monoprodutor venezolano, más específicamente con el sector petroquímico.

**Tabla 2**  
Solicitudes de patente, por principales sectores de la Tecnología en Venezuela (1997 - 2011)

| Sector de la tecnología        | Proporción |
|--------------------------------|------------|
| Química de materiales          | 25,96      |
| Ingeniería química             | 17,20      |
| Materiales, metalurgia         | 9,51       |
| Ingeniería civil               | 9,08       |
| Medida                         | 3,85       |
| Productos orgánicos elaborados | 3,85       |
| Motores, bombas, turbinas      | 3,53       |
| Tecnología médica              | 3,53       |
| Manejo                         | 2,35       |
| Mobiliario, juegos             | 2,03       |
| Otros                          | 19,11      |

**Fuente:** Base de datos estadísticos de la OMPI (2013)

En consecuencia, estas cifras llaman a una profunda reflexión en cuanto al énfasis que debe desarrollarse en términos de ciencia, tecnología e innovación generadora de productos que sean capaces de satisfacer las necesidades de una sociedad cada vez más demandante en función de la calidad de vida; los cuales a su vez, definirán de la misma manera las necesidades de los empleos del futuro, sobre los cuales Cordeiro (2014) recomienda:

Más allá de la carrera que estudien – porque primero uno tiene que tener pasión por lo que estudia, y cada quien tiene pasiones distintas...cada vez queremos usar mas nuestro cerebro...Tres cosas son las que yo recomiendo: uno que tienen que saber de tecnología, este mundo está cada vez más relacionado con la tecnología, hay una fusión entre humanos y tecnología que sigue creciendo aceleradamente... segundo, hay que aprender inglés, el inglés es la lengua franca hoy en día... y tres, hay que viajar, hay que ver el mundo, el mundo está lleno de oportunidades para cualquier profesión (pag. 100).

De esta manera, las generaciones de profesionales emergentes han de considerar los requerimientos elementales para ser partícipes de la economía del conocimiento y deben tener siempre presente que sus creaciones han de impactar a la sociedad en si misma.

### **3. Metodología**

En cuanto a su naturaleza, la presente investigación es de carácter no experimental, la cual es descrita por Hernández, Fernández y Baptista (2010), como aquellos “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. En este contexto, al realizar un análisis crítico sobre cómo se manifiesta la economía del conocimiento en distintos entornos geográficos, caracterizando algunos de los cuales han generado modelos con resultados trascendentes en sus países, permite estimar los elementos a considerar para el desarrollo del talento humano en estas áreas.

Asimismo, el estudio está enmarcado dentro de un diseño documental, el cual para Arias (2012) “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas”. En base a ello, se analizaron tanto las posturas de distintos autores como valores estadísticos en función a la cantidad de tiempo invertido en la educación, generación de producción intelectual en relación a patentes, marcas y registros y otros factores que se consideró que agregan valor al estudio.

Por su parte, el nivel de la investigación es descriptivo, ya que se realiza cuando la experiencia y la exploración previa indican que no existen descripciones precisas de un evento o realidad determinada. Este nivel permitirá detallar el objeto de estudio con mayor precisión y profundidad. Los estudios descriptivos están conceptualizados por Hernández, Fernández y Baptista (2010) como aquellos que “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. En este sentido, para Del Cid (2011) “Un estudio descriptivo supone una apropiada familiarización con el objeto de estudio para poder saber qué y cómo se va a medir lo que nos interesa.”

### **4. Discusión y Conclusiones.**

A modo de conclusión, es posible deducir que los desafíos a los que se enfrenta la sociedad actualmente, requieren de personas conscientes e involucradas con la mejora de su entorno; capaces de participar de los procesos de gestación de conocimiento de forma dinámica.

Asimismo, los países que deseen verdaderamente optimizar su desarrollo deberán invertir en potencial al talento humano de forma tal que sea competitivo a través de la producción intelectual, es

decir, mediante la creación de productos de investigación e innovación que impacten significativamente en las comunidades orientados además a la sustentabilidad y responsabilidad social.

Por su parte, el desarrollo de patentes en Venezuela, resulta un verdadero reto en lo académico y administrativo principalmente, no obstante esta no debe ser razón para la paralización de los emprendimientos. El talento de hoy, está por demás se encuentra reinventándose de manera tal que pueda lograr metas en los escenarios en los que se desenvuelven de forma cotidiana o bien, explorar trascender en aquellos que sean foráneos, tal como lo demuestra el registro de patentes y productos de innovación en otros territorios. No obstante, es una realidad que el sector académico tiene que reorganizarse de manera tal que pueda dar respuesta eficaz a lo que se demanda de él y que en la misma medida a nivel población ha de cultivarse el potencial emprendedor basado en conocimiento formal y estratégico. Esto en vista, que el talento humano venezolano se encuentra en búsqueda de las oportunidades y espacios para hacer tangible sus productos de investigación

En este contexto, los investigadores nobeles o expertos han de promover la divulgación del conocimiento como el fin de enlazar los aportes de todos y participar efectivamente de la gestión del conocimiento. Para ello, deben comenzar por escribir, habito que irán desarrollando con la práctica. De la misma manera deberán participar de procesos de evaluación o arbitraje con la mente abierta a las nuevas propuestas investigativas asociadas a la dinámica del mundo cada vez más complejo. Finalmente, la producción intelectual en Venezuela requiere de una estructura organizativa que no solo la promueva desde distintas vertientes, sino que estas estén articuladas de manera focalizada y dinámica. Entonces, sector académico, industrial, político económico y social, han de converger en el desarrollo de productos que sean verdaderamente capaces de satisfacer las necesidades del mundo de hoy.

## 5. Referencias

- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la Metodología Científica. Caracas: Editorial Episteme.
- Cordeiro, José Luis (2000). Benesuela vs. Venezuela: El combate educativo del siglo. Ediciones Mg Gill.
- Cordeiro, José Luis (2014). Los trabajos del futuro. Entrevista en el programa de Oppenheimer. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=McYkyntOi0M>. (Último Acceso 12 de Diciembre del 2013).
- Culshaw, F. (2013). En "caída libre" solicitudes de patentes en Venezuela. Transcripción en línea. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/politicas-publicas/en--caida-libre--solicitudes-de-patentes-en-venezu.aspx#ixzz2myikJuVi>. (Último Acceso 09 de Diciembre del 2013).
- Del Cid, A. Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). Investigación. Fundamentos y metodología. Editorial pearson educación. México.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. Editorial McGraw Hill. 10ma. Edición.
- Laya, A. (2010). Complejidad, Transdisciplinariedad y Transcomplejidad: Los caminos de la nueva ciencia. Fondo editorial gremial. Asociación de profesores Universidad nacional experimental "Simón Rodríguez" (APUNERSR). Venezuela.
- Laya, A. (2012). La Transdisciplinariedad: Una nueva visión del conocimiento. Fondo editorial gremial. Asociación de profesores Universidad nacional experimental "Simón Rodríguez" (APUNERSR). Venezuela.

- Ley orgánica de educación (2009). Gaceta oficial N° 5929. Extraordinario de fecha Agosto, 15.
- López, F. (2011). Los extravíos de la academia y la reforma de los Barbaros. Asociación de Profesores Universidad de Carabobo. Primera Edición: Valencia.
- Mekler, V. (2000). Periodización del tiempo escolar en diferentes países. Transcripción en línea. Disponible en: [http://www.oei.org.ar/edumedia/pdfs/T05\\_Docu1\\_Periodizaciondeltiempoescolar\\_Mekler.pdf](http://www.oei.org.ar/edumedia/pdfs/T05_Docu1_Periodizaciondeltiempoescolar_Mekler.pdf). (Ultimo Acceso 11 de Octubre del 2014).
- Oppenheimer, (2010). Basta de historias: La obsesión latinoamericana con el pasado y las doce claves del futuro. Ediciones Random House Mondadori, S. A. México.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2012). Indicadores Mundiales de Propiedad Intelectual. Transcripción en línea. Disponible en: <http://www.wipo.int>. (Ultimo Acceso 09 de Diciembre del 2013).
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2013). Perfiles estadísticos de los países: Venezuela. Transcripción en línea. Disponible en: [http://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country\\_profile/countries/ve.html](http://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country_profile/countries/ve.html). (Ultimo Acceso 05 de Diciembre del 2013).
- Quintás, Caballero, Arévalo y Piñero (2012) “ La protección de las invenciones mediante patentes en las universidades europeas, japonesas y estadounidenses”. *Cuadernos de Gestión* Vol. 12 - N.º 1, pp. 15-38.
- Ríos, J. (2000) “Epistemología: Fundamentos generales”. Ediciones USTA. Colombia.



# CAPÍTULO 3

---

## GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO / DESARROLLO REGIONAL Y ECONOMÍA POPULAR

---

## EL EMPRENDIMIENTO EN LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

**Msc. Julio César Tapia León**

*[jctapia3@espe.edu.ec](mailto:jctapia3@espe.edu.ec)*

*Docente Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador*

### **Resumen**

En la actualidad las universidades como parte de sus políticas de desarrollo en el marco de la academia y de la investigación, han asumido el gran desafío de desarrollar estudios y prácticas referidas a la economía y a la vinculación con la colectividad. El artículo 283 de la Constitución de la República del Ecuador establece que el sistema económico en el país es social y solidario y se integra por las formas de organización, económica, pública, mixta popular y solidaria, por lo cual la economía popular y solidaria incluye a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. Sobre estos fundamentos se desarrolla el presente artículo el cual se deriva de la consulta de carácter bibliográfica y regulatoria respecto a la participación del emprendimiento dentro de la economía popular y solidaria entendida como un eje transversal que sostiene la economía del Ecuador desde los sectores populares, a través de sus actores productivos. La figura del emprendimiento ha tomado un auge importante en estudios investigativos, publicaciones, documentales en especial en las escuelas de negocios, pero no se ha limitado a hacer investigaciones profundas en relación con las economías populares y solidarias como se plantea en el presente artículo, en el que se determina su accionar desde varios enfoques como productividad de los emprendimientos, edades de inicio en actividades emprendedoras, tipos de emprendimiento por necesidad u oportunidad y como la intervención de entidades gubernamentales aportan al desarrollo de este importante sector de la economía. En este sentido el análisis que aquí se expone se basa en la revisión documental y empírica respecto a la temática expuesta, centrando fundamentalmente el desarrollo del mismo en aquellas compilaciones, publicaciones científicas que giran en torno a estudios especializados sobre la economía popular y solidaria desde la perspectiva territorial de la República del Ecuador.

**Palabras clave:** Emprendimiento, espíritu emprendedor, economía popular y solidaria.

### **Abstract**

At present universities as part of their development policies in the context of academia and research, they have taken on the challenge to develop studies and practices relating to the economy and links with the community. Article 283 of the Constitution of the Republic of Ecuador establishes that the economic system in the country's social and solidarity and is comprised of the forms of organization, economic, public, popular joint and severally so popular and solidarity economy includes the cooperative, associative and community sectors. On these grounds the present article which is derived from the consultation of bibliographic and regulatory nature regarding the participation of entrepreneurship in the popular and solidarity economy, understood as a transverse axis holding the economy of Ecuador from the popular sectors is developed to Through its productive players. The

figure of the venture has taken an important research studies boom, publications, documentaries, especially business schools, but is not limited to making deep investigations into the popular and solidarity economy as outlined in this article, that their action is determined from various approaches such as productivity of the enterprises, ages start in entrepreneurial activities, types of entrepreneurship by necessity or opportunity and the intervention of government agencies contribute to the development of this important sector of the economy. In this sense the analysis presented here is based on the documentary and empirical review regarding topics discussed, mainly focusing its development in those compilations, scientific publications revolve around specialized studies on the popular and solidarity economy from the territorial perspective of the Republic of Ecuador.

**Key words: Entrepreneurship, entrepreneurial spirit, popular and solidarity economy.**

## 1. Introducción

Las prácticas económicas en el Ecuador están sustentadas en los principios de la economía popular y solidaria; esto se denota en el marco regulatorio que rige en torno al tema que se aborda en el presente artículo. Sin embargo han sido omitidas por la economía capitalista; la Constitución de la República del Ecuador del año 2008 reconoce al sistema económico como social y solidario encontrándose integrado por los sectores público, privado y popular; el basamento principal de este proceso es el Buen Vivir (*Sumak Kawsay*), que implica entre otras razones mejorar la calidad de vida de la población; cuestión que se fundamenta en el artículo 283 de la constitución quien estable que “el sistema económico es social y solidario (...), propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado (...) y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”.

Este sistema implantado en el Ecuador busca reconocer la existencia de la forma de organización Económica Popular y Solidaria (EPS) y pretende que actúe como “centro y fin al ser humano, privilegia el mundo del trabajo por sobre el capital y persigue el cambio de la matriz productiva “(PNBV, 2013-2017:84). Se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria (...)” *Basado en la Constitución, la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. El alcance de esta tercera economía como también es conocida es el acercamiento de las asociaciones de menor tamaño, y empresas unipersonales con el sector privado y el Estado.

La otra variable que el autor analiza en el desarrollo de este trabajo investigativo es el emprendimiento, la que ha tomado mayor fuerza en especial en el ámbito relacionado a lo productivo y académico. En primer lugar debe entenderse al emprendimiento como aquella actividad que a través de la gestión genera oportunidades, además de cambios en el marco de un proceso estratégico que permita la creación de nuevas opciones de negocio llevadas a cabo por una persona que posea competencias propias permitiéndole ser innovador. En este sentido al emprendimiento no se le debe relacionar únicamente a la forma de generar o crear una empresa o la promoción de nuevos negocios, más bien enfocarse a las motivaciones que origina dicho emprendimiento.

En este contexto esta investigación se basará en dos cuestiones: el emprendimiento y la vinculación con la economía popular y solidaria desde el ámbito de las políticas públicas; para lo cual primero desplegaremos un estudio del arte en el que se explique las concepciones y alcance de la



economía popular y solidaria, sus principios, la institucionalidad, la importancia, las formas organizativas, para detenernos en los emprendimientos con relevancia a los emprendimientos de las Unidades Económicas Populares.

## 2. Revisión de la literatura

### 2.1 El Emprendimiento

Cuando se hace referencia al emprendimiento no se debe confundir con la creación de empresas o generación de negocios. Al emprendimiento se le debe comprender como aquella actitud propia del ser humano conocida como espíritu emprendedor que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado, alcanzar mayores logros. Por su parte el término emprendedor proviene de las locuciones latinas *in, en y prendere*, cuyo significado es llevar a cabo, el vocablo, se utiliza para señalar a quien inicia una actividad económica (Enrique J; 2010:27); por lo expuesto los emprendedores constituyen los principales actores del cambio y transformación de la sociedad. El término *entrepreneur* fue introducido a inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía según autores como Castillo (1999).

A un emprendedor se le considera como una persona que identifica oportunidades y asume riesgos calculados en la generación de una idea de negocio; sin embargo no todos los empresarios son emprendedores por naturaleza, o que todos los emprendedores son empresarios. Bajo esta disyuntiva se debe mirar desde la academia, sobre el rol de los universitarios y su vocación emprendedora, quienes estudian para generar emprendimientos o desde los docentes si motivan a sus estudiantes a generar fuentes de empleo a través de fortalecer el espíritu empresarial permitiéndoles identificar oportunidades y asumir riesgos. Por su parte el espíritu emprendedor supone querer desarrollar capacidades de cambio, experimentar con ideas propias generadas desde su visión y ecosistema emprendedor, para reaccionar con mayor apertura y flexibilidad ante los cambios presentes y futuros, se debe considerar entre otras cualidades la de ser creativo e innovador, plantear sus propios objetivos, tener confianza en sí mismo, responsabilidad, persistencia, liderazgo y sobre todo plantearse objetivos difíciles pero alcanzables.

Un proverbio chino parafraseado por el autor señala a la gente no se le debe dar pescado, ni solo de enseñarse a pescar, que trata de entregarle las herramientas necesarias como el conocimiento para convertir el pescado en su negocio y transformar a la gente en empresarios del pescado, esta metáfora presenta realidades de lo que debe ser las políticas públicas en beneficio del desarrollo y crecimiento del país, a dejar a un lado los intereses políticos y las prácticas de paternalismo a través de subvenciones; es tiempo de cambiar y enseñara a como ser emprendedores, se debe eliminar de nuestra mente que el fin de una carrera universitaria es obtener un título académico y salir buscar un empleo seguro hasta llegar a la jubilación, a no ser arriesgados y a sobrevivir en una zona de confort.

En este mismo orden de ideas, es importante destacar los diferentes tipos de emprendimientos existentes en la actualidad, lo que ha conllevado a tener en cuenta una gran variedad, no obstante para

efectos del presente artículo, nos referiremos solo a dos estos son: emprendimiento por oportunidad y emprendimiento por necesidad; cuando nos referimos a emprendimientos por oportunidad se da cuando se identifica una situación favorable y se emprende una idea de negocio para aprovecharla; en tanto que emprendimiento por necesidad se da por el conformismo y por permanecer en la zona de confort o porque no hay otra mejor opción de empleo.

## 2.2 Orígenes del concepto de la Economía Popular y Solidaria

Las corrientes europeas son quienes dan origen a la economía social y solidaria en el siglo XIX, el economista francés Léon Warlas (1934 – 1910) defendió un tipo de teoría económica bastante abstracta, sostuvo una teoría heterodoxa del valor de tipo subjetivo, que distaba con las doctrinas objetivas asentadas por la escuela clásica, basaba su teoría del valor de los bienes que hace depender éste de la utilidad subjetiva que tienen para los individuos en función de su escasez esto último según Pérez (2008).

En América Latina se empieza a cuestionar a la economía clásica y se empieza a generar nuevas formas de producción asociativas, como respuesta a la necesidad de definir los conceptos de economía y solidaridad y de reinterpretar los procesos económicos; se necesita también de generar una sociedad más equitativa, participativa, igualitaria; es decir más solidaria que critique a la visión reductora solo distingue a una economía basada solo en el mercado.

Luiz Razeto (1982) y Manfred Max Neef (1984) han desarrollado una corriente Latinoamericana con variedad de denominaciones como: Economía de solidaridad, economía de la vida, economía social y solidaria, economía del trabajo, economía popular y solidaria, economía popular asociativa, socio economía solidaria, la nueva economía o la otra economía.

Las primeras acepciones en aparecer es sobre la Economía de Solidaridad, de Razeto (1982) quien manifiesta que es: “un modo especial de hacer economía, –de producir, de distribuir los recursos y los bienes, de consumir y de desarrollarse–, que presenta un conjunto de características propias que consideramos alternativas respecto a los modos económicos; en tanto que el brasilero Singer (2010) habla de la Economía Solidaria: como “otro modo de producción cuyos principios básicos son la propiedad colectiva o el capital asociado y el derecho a la libertad individual. Puede observarse que las definiciones dadas a la economía solidaria han sido sujetas a varias observaciones como controversias ya que para unos puede ser vista como la contraparte del sistema capitalista o privado, en la que privilegia el capital sobre la persona y para otros quizás pueda ser analizada como parte del sistema solidario donde prevalece la persona, el ser humano sobre el capital e incluso se diferencia sobre el sistema público en donde la actividad económica está orientada por objetivos de política pública.

Lo común de la concepción de la economía popular y solidaria es que está basada en la reproducción de la vida y el trabajo y no en el capital, presentándose como un contra referente al neoliberalismo. Una economía es social, y ninguna economía podría subsistir sin la presencia de la sociedad, bajo esta premisa se diría que toda economía es de hecho social. Por lo cual, es necesario enfatizar que la solidaridad es un eje transversal que brinda al sujeto o ser humano el derecho a recibir algo a cambio de su participación. En este sentido, la solidaridad como principio que orienta a la Economía Popular y Solidaria es democrática; es decir, participativa que comparte con su propia

corresponsabilidad a una cultura compartida de los derechos humanos, derechos de la naturaleza, derechos colectivos e individuales y por otro lado también a la reciprocidad voluntaria que fomenta y une a las y los ciudadanos libres e iguales en derecho que designa las normas y procedimientos de la política pública.

Existen economías con principios de solidaridad, reciprocidad, y redistribución, donde el mercado no es el predominante, ni tampoco se identifican con el núcleo duro de la economía social; éstas han sido invisibilizadas en el contexto mundial, y con mayor fuerza en la etapa neoliberal hegemónica implementada especialmente en la década de los noventa y el primer lustro del siglo XXI en criterio de Dávalos (2012).

### **2.3 Definición de Economía Popular y Solidaria**

En este punto, se hace necesario hacer referencia a doctrinarios como Razeto (1982) quien define a la Economía Popular de Solidaridad como:

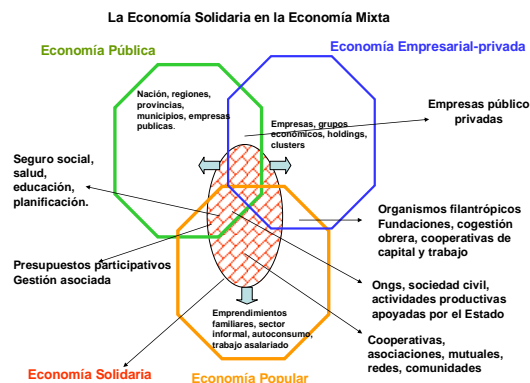
“El conjunto concreto de las experiencias, actividades y organizaciones económicas que se encuentran en la intersección la Economía Popular y la Economía de Solidaridad. Es aquella parte de la economía popular que manifiesta algunos rasgos especiales que permiten identificarla también como economía de solidaridad; o a la inversa, es aquella parte de la economía de solidaridad que se manifiesta en el contexto de la que identificamos como economía popular”.

En otras palabras, el fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las organizaciones empresariales como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad.

Por su parte Coraggio (2010) define a la Economía Popular de Solidaridad:

“Conjunto de recursos, capacidades y actividades, y de instituciones que reglan, según principios de solidaridad, la apropiación y disposición de esos recursos en la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo organizadas por los trabajadores y sus familias, mediante formas comunitarias o asociativas autogestionarias”.

**Figura 1:** La economía solidaria en la Economía Mixta



**Fuente:** Coraggio (2010).

En la Constitución de la República del Ecuador aprobada en Montecristi en el 2008, se hace referencia a la Economía Popular y Solidaria es especial en su Art. 283, que menciona que: el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Con las acepciones mencionadas y para dar una mejor orientación al lector se resume que la Economía Popular y Solidaria privilegia al ser humano sobre el capital, que requiere ser integrada con la economía pública y la economía privada; basa su producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo en los principios de la solidaridad y la redistribución, y no en la acumulación del capital. El enfoque que se le da a esta nueva forma de hacer economía es la integralidad de sus formas económicas y de la participación social de sus actores en busca de una mejor forma de vida denominada Buen Vivir.

### 3. Metodología

Con antelación se mencionó que este artículo se deriva de un proceso sistemático, bibliográfico y de fuentes de carácter empírico, por lo cual el autor hace referencia a fuentes secundarias de artículos, publicaciones relacionadas con las variables de emprendimiento y de la Economía Social y Solidaria. Estas dos variables van encaminadas a fortalecer las orientaciones estructurales de la concepción y la aplicación en el desarrollo del constructo académico. Cabe destacar que la investigación bibliográfica constituye una búsqueda sistemática de información, y sin alguna duda una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, dado que proporciona el basamento del estudio del arte de las investigaciones ya existentes como

teorías, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas relacionadas con el tema propuesto de investigación.

Así mismo, en el marco de los procesos metodológicos reconocidos en la investigación científica la elaboración de un trabajo de investigación depende en gran medida de la adecuada y pertinente indagación del tema, de la habilidad para escoger y evaluar materiales documentales (en este caso en particular), de tomar notas claras, de la presentación y el ordenado desarrollo de los hechos en consonancia con los propósitos perseguidos en el estudio. El método sistemático de investigación bibliográfica permite fundamentar lo que se expone y analiza, en correspondencia a lo expresado, es importante destacar que se siguió como metodología el siguiente proceso:

- a) **Recopilación de referencias:** se denomina "referencia" a los documentos escritos en formato digital o textual que proporcione información para elaborar y sustentar la investigación; estos documentos se han basado en referencias sobre emprendimiento y sobre economía popular y solidaria. Este fase de acumulación de referencias por el título se hizo teniendo en cuenta el plan de trabajo y, cuantitativamente, tan abundante como sea necesario.
- b) **Selección de referencias:** El criterio de la calidad debe revisarse una por una las "referencias" acumuladas y tomar la mejor decisión mediante el análisis de los títulos, frases, resúmenes, figuras, tablas, entre otras.
- c) **Incorporación de referencias:** Se registra cada punto del esquema y debajo de él en orden alfabético, cronológico o de aparición, las referencias específicas útiles para cada parte del esquema. Al terminar esta fase debe tenerse el "plan" con todas las "referencias" que se usarán en su desarrollo.
- d) **Confrontación y verificación:** El documento fue revisado por pares externos para que emitan sus comentarios siendo la oportunidad de corregir el artículo inicial.

## 4. Resultados

### 4.1 Resultados sobre el emprendimiento en el Ecuador

El TEA representa la Actividad Emprendedora Temprana de un país e incluye a emprendedores nacientes (menos de 3.5 años) y nuevos (hasta 3.5 años) en el segmento de edad entre 18 a 64 años de edad. En el 2014 Ecuador obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 32,6%, con una leve reducción del año 2013 que era del 36%, pero mayor a los registrados en el 2012, el 26.6%, el 2010 de 21.3% y en el 2009, de 15.8%. Es decir que en el año 2014, aproximadamente 1 de cada 3 adultos había iniciado los trámites para establecer un negocio, o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses; en la tabla 1 se muestra la evolución del TEA en el Ecuador:

**Tabla 1.** Evolución TEA Ecuador

| AÑO  | TEA   |
|------|-------|
| 2009 | 15.8% |
| 2010 | 21.3% |
| 2012 | 26.6% |
| 2013 | 36.0% |
| 2014 | 32.6% |

**Fuente:** GEM ECUADOR (2014).

La TEA del Ecuador (32.6%) es la más alta en los países de América Latina, seguida de las de Perú (28.8%) y Chile (26.8%), como se muestra en la Tabla 2; a la vez se hace una comparación de los TEA de oportunidad y necesidad.

**Tabla 2.** TEA Ecuador vs Latinoamérica.

| PAIS            | TEA   | TEA Oportunidad | TEA Necesidad |
|-----------------|-------|-----------------|---------------|
| Ecuador         | 32.6% | 22.8%           | 9.6%          |
| Perú            | 28.8% | 23.8%           | 4.7%          |
| Chile           | 26.8% | 21.7%           | 4.7%          |
| Promedio Región | 17.6% | 13.1%           | 4.3%          |

**Fuente:** GEM ECUADOR (2014).

Según la Espae en su último informe “Monitor de Emprendimiento Global” (GEM 2014), señala que el 66.4% considera al emprendimiento como una buena opción de carrera, otros datos a destacar son sobre edad para emprender, género y educación:

a) EDAD:

El 29.7% están en la edad entre 25 y 34 años, seguido por la edad entre 35 y 44 años con el 24.1%.

b) GENERO:

El 60% son del género masculino y el 40% del género femenino.

c) EDUCACIÓN:

El 39,4% solo completó la primaria, el 25,2% terminó los estudios secundarios y la educación superior en un 6%.

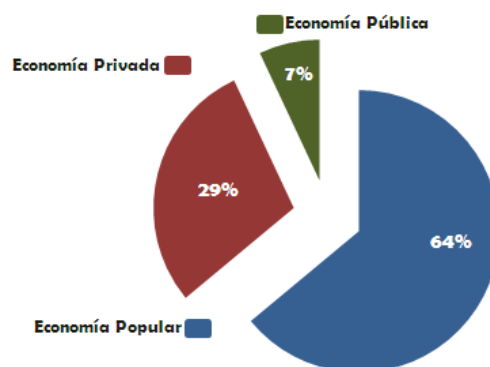
## 4.2 Resultados sobre la Economía Popular y solidaria

Según fuentes de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria SEPS hasta el año 2013 se registraron 6.059 organizaciones de la economía, de las cuales el 85,3% (5170) corresponde al segmento no financiero y el 14,7% (888) al financiero. En este último están las cooperativas de ahorro y crédito (COAC) que se concentran principalmente en las provincias de Pichincha (179), Tungurahua (128), Chimborazo (89), Cotopaxi (72) y Guayas (65). Sin embargo, las dos COAC más grandes se encuentran en la provincia del Azuay. El total de las COAC, a nivel nacional, sirve a alrededor de 5'300.000 socios y movilizan cerca de 5.000 mil millones de dólares, lo que representa aproximadamente el 15% de depósitos de la banca privada, lo que muestra cuán significativas son las COAC como instrumentos de captación y colocación de crédito.

En lo que corresponde a sector no financiero, existen 2.433 asociaciones de producción (47%), 1.790 cooperativas de servicios (34,6%, principalmente de transporte), 328 asociaciones de servicios (6,3%), 287 cooperativas de producción (5,5%) y 239 cooperativas de viviendas (4,6%). Las del primer grupo se concentran en la provincia de Guayas (18,7%), Los Ríos (14,6%), Manabí (8,9%) y El Oro (6,6%). Se trata principalmente de asociaciones agropecuarias, que se ubican en la costa, se estima que este sector de las no financieras dan empleo a 2'000.000 de campesinos, artesanos, entre otros. Por el lado de la economía popular, según los datos del censo, se registran alrededor de 500.000 microempresas (1 a 9 trabajadores), que generan empleo para cerca de 2'000.000 de personas. La economía popular, genera el 64% del empleo a nivel nacional, en el área rural genera el 70% del empleo y en el área urbana el 55%. El 66,8% de las UPAs (Unidades Productivas Agropecuarias) de menos de 5 has. proveen el 65% de alimentos)

En la figura 2, se muestra la participación de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador según datos oficiales de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.

**Figura 2.** Participación de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador



**Fuente:** Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria (2013).

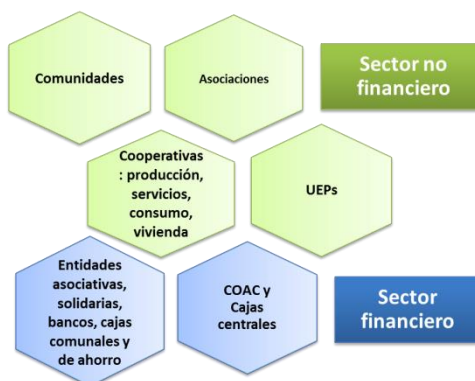
La economía popular y solidaria en el Ecuador está integrada por 677.978 trabajadores autónomos, familiares, domésticos (Unidades Económicas Populares) según la misma fuente citada, como se muestra en la figura 3.

**Figura 3.** Formas organizativas de la EPS en el Ecuador.



**Fuente:** Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria (2013).

**Figura 4.** Formas de organización



**Fuente:** Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria (2013) y AREPS (2010)

## 5. Conclusiones

La variable emprendimiento en el Ecuador se ve reflejada en la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en el Ecuador es la más alta de la región con el 32.6%, mayor al promedio de América Latina que se ubica en el 17.6%; de estos datos se destaca que el emprendimiento por oportunidad que también es el más alto dentro de los países de América del Sur con el 22.8%; sin embargo en el tipo de emprendimiento por necesidad se ha incrementado ubicándose en el 9.6% indicador que no es el adecuado considerando que este tipo de emprendimiento es por no tener otras



opciones y son formas de subsistir, este indicador el promedio en América Latina está en el orden del 4.3%, cuanto menor es este porcentaje es mejor.

La otra variable de estudio hace referencia a la economía popular y solidaria en el Ecuador que entre los datos a destacar es que están registradas 6.059 organizaciones, de las cuales el 85.3% (5.170) corresponde al segmento no financiero y el 14.7% (888) al sector financiero; en suma, en la economía popular y solidaria, hay alrededor de 9'000.000 de personas que participan, este tipo de organizaciones no solo generan empleo, sino que también contribuyen a captar ahorro y otorgar crédito y aportan a la producción nacional, redistribuyen el ingreso y la riqueza del país. Por ello, las políticas públicas están orientadas a apoyar a estas organizaciones con medidas de fomento, promoción e incentivos.

## 6. Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo (2006) Disponible en: Gestión efectiva de emprendimientos sociales: Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica, Inter-American Development Bank, Washington, D.C.
- Caracciolo, M. y Foto M. (2003) Economía solidaria y capital social: Contribuciones al Desarrollo Local. Editorial Paidós. Buenos Aires. Argentina.
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. Programa Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional. INTEC Chile. Disponible en: [http://www.intec.cl/documentos\\_linea/ARI2487- INV-ENSE.pdf](http://www.intec.cl/documentos_linea/ARI2487-INV-ENSE.pdf) (Ultimo Acceso: 25 de Noviembre del 2015).
- Coraggio, J. (2011) Economía Social y Solidaria: El Trabajo antes del Capital. *Abya-Yala*-Fundación Rosa Luxemburg. Ecuador.
- Dehter, M. (2001) El Ser Emprendedor: Modelo para Desarrollar Comportamiento Emprendedor Individual y Corporativo. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. IDEB. Documento en Línea. Consultado en [www.mariodehter.com](http://www.mariodehter.com)
- Economía Solidaria (2011) Una Alternativa de Desarrollo Integral para la Sociedad. IAEN-Ministerio Coordinador de Desarrollo Social –MCDS. Quito. Ecuador.
- Estudios sobre Economía Popular y Solidaria (2013) Intendencia de Estadísticas, Estudios y Normas de la EPS y SFPS, Primera Edición. GEM 2013 Ecuador. Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014, Escuela Politécnica del Litoral .Ecuador.
- Global Entrepreneurship Monitor 2014 (GEM ECUADOR 2014). Documento en línea consultado en: <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/gemecuador2014.pdf>
- Hart, O. (2003). Entrepreneurship Policy: What It Is and Where It Came From D. Hart (Ed.), The Emergence of Entrepreneurship Policy. Governance, Start-ups and Growth in the U.S. Knowledge Economy. Cambridge University. Cambridge.
- Jacome, V. (2014) Introducción a la Economía Popular y Solidaria. Instituto de Altos Estudios Nacionales-IAEN. Informe. Ecuador.

Social Enterprise Knowledge Network (2006) Social Enterprise Knowledge Network - SEKN.

Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria (2013). Documento en línea consultado en:  
<http://www.seps.gob.ec/>

## EL JUEGO DEL EMPRENDIMIENTO Y EL EMPRENDIMIENTO COMO UN JUEGO. TALLER DE LA CREATIVIDAD EMPRESARIAL

**Msc. Luis Enrique Ortiz Ospina**

[leortiz@uniminuto.edu](mailto:leortiz@uniminuto.edu)

*Corporación Universitaria Minuto de Dios, Seccional Bello  
Antioquia- Colombia.*

### **Resumen**

Formar emprendedores va más allá de la consolidación de una unidad de negocio o empresa, exige un proceso centrado en el individuo y sus competencias que posibilite la sostenibilidad de la iniciativa a corto, mediano y largo plazo. Para tal fin, el Centro de Emprendimiento Social y Solidario de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Seccional Bello, realizó entre los años 2010 y 2013, un conjunto de investigaciones para determinar el nivel de impacto y de apropiación de los conceptos relacionados con el emprendimiento y el empresarismo. La metodología utilizada comprendió un análisis de los contenidos micros curriculares de las asignaturas de Emprendimiento y Plan de Negocio y la aplicación de un instrumento tipo encuesta entre los estudiantes y docentes para evaluar los procesos de formación en el aula de clase. El resultado de dicho ejercicio fue la creación del Taller de la Creatividad Empresarial, donde, utilizando el juego y la lúdica como base del proceso formativo se facilita la aprehensión de los conceptos en los estudiantes y docentes. El presente artículo recoge los aprendizajes y conclusiones de dicho proceso.

**Palabras claves:** Emprendimiento, competencias emprendedoras, juego, lúdica.

### **Abstract**

Training entrepreneurs goes beyond the strengthening of a business unit or an enterprise, it requires following a process focused on individuals and their skills that eases the sustainability of the initiative in a short, medium and long term. For this purpose, The Social and Solidary Entrepreneurship Center of the Minute the God College Corporation -Bello Campus Branch, applied plenty of researches in order to determine the level of impact and of the concepts related to entrepreneurship and Business venture appropriacy around 2010 and 2013. The methodology used included an analysis on the entrepreneurship and business plan micro curriculum content subjects and the deployment of kind a survey tool between the students and teachers towards evaluating the training process inside classroom. The result of this exercise was the making of the Entrepreneurial Creativity Workshop, where in, while using the game and the playful as the basis of the educational process throughout the students and teachers apprehension of the concepts. This article compilates learning and conclusions for mentioned process.

**Keywords:** Entrepreneurship, entrepreneurial skills, game, playful.

## 1. Introducción

Las políticas públicas, programas, convocatorias, concursos, eventos y la amplia literatura sobre emprendimiento y creación de empresas que han caracterizado a los últimos treinta años, son una muestra de la importancia que el tema tiene en la actualidad. A esto se suman los grupos y semilleros de investigación que buscan articular la realidad del emprendimiento con los conocimientos y estudios generados al interior de universidades y organizaciones a través de cátedras emprendedoras, trabajos de grado y modalidades de práctica profesional. En el caso de la ciudad de Medellín, Programas e instituciones como Cultura E, Ruta N, Parque del Emprendimiento, Fondo Empezar, entre otros, hacen parte de dicha dinámica.

Cabe mencionar que hablar sobre emprendimiento puede llegar a ser, bajo el contexto antes mencionado, una repetición incesante de autores, conceptos o enfoques plenamente documentados a lo largo del tiempo, no sólo desde las ciencias empresariales sino también bajo el punto de vista de otras disciplinas que han visto en el emprendimiento una fuente inagotable de ideas e investigaciones. Aun así, el emprendimiento y la creación de empresa, con algunos periodos de poca intensidad, siguen conservando el mismo interés que en los siglos XVIII y XIX cuando se miraba desde una perspectiva exclusivamente económica. Ahora, con la vinculación de las ciencias sociales, se han explorado nuevas dimensiones orientadas a los aspectos psicológicos, pedagógicos, culturales, políticos y humanos del emprendimiento, (Rodríguez 2009 ; Correa 2008) lo que ha derivado cambios en los modelos de formación y acompañamiento a los emprendedores, que actualmente desarrollan universidades y programas públicos y privados.

Esta condición propia del emprendimiento como espacio de articulación y transversalización de las dimensiones antes mencionadas, ha trascendido la imagen inicial del mismo como generador de nuevas empresas, para llegar a ser un componente inherente a los procesos de formación humana a través del sistema educativo, ya sea implementado como elemento estratégico del Proyecto Educativo Institucional o PEI o bien por medio de módulos formativos contemplados en forma de asignaturas propias del currículo, seminarios o actividades de extensión. Con esto, se pretende consolidar una cultura emprendedora institucional que corresponda de manera activa a las políticas y planes formulados por el Estado y demás organizaciones. Pero, y pese a existir en la actualidad muchos más recursos para emprendedores y noveles empresarios que en otros años, los resultados en materia de crecimiento y consolidación de las empresas nuevas, derivadas de los procesos de formación y acompañamiento aún son muy bajos.

Si bien en la Corporación Universitaria Minuto de Dios seccional Bello, el tema del emprendimiento y la creación de empresas lleva desarrollándose en el último quinquenio a través de los procesos formativos y el acompañamiento a las iniciativas por parte de su Centro de Emprendimiento Social y Solidario (CESS), diferentes investigaciones realizadas entre los años 2010 al 2013, (Valencia, Valencia y Montaña, 2013 ; Valencia, Valencia, y Ortiz, 2013 ; Ortiz, Marulanda, Cañas y Mesa, 2012) han evidenciado la necesidad de reestructurar la metodología de formación y aprendizaje de los estudiantes hacia modelos mucho más prácticos y centrados en el individuo, que permitan, en primer lugar el fortalecimiento de sus competencias para emprender (Función Emprendedora) y en segundo lugar llevar dichas competencias a la identificación de oportunidades de negocio, a la estructuración de una idea y a la consolidación de una empresa o negocio. (Función Empresarial).

## 2. Revisión de la literatura

Con relación a los informes que recogen la situación e impacto del emprendimiento a nivel mundial, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es uno de los más importantes proyectos de investigación que miden la relación entre la actividad emprendedora y la creación de empresa, analizando aspectos como las características de los emprendedores, el crecimiento económico de los países y los factores que dificultan la actividad empresarial. (Varela, Gómez, Vesga y Pereira, 2014). En esta organización que aquí se comenta, se realizan también, con el apoyo de gobiernos y universidades locales, informes específicos sobre los aspectos antes mencionados en regiones y ciudades concretas, lo que permite evaluar y orientar las políticas locales en materia de emprendimiento. Específicamente para Colombia, el modelo de medición comprende las diferentes etapas del proceso emprendedor bajo un concepto desarrollado por Varela y Soler denominado “Tubería Empresarial” (Varela, 2012). Dicho concepto está compuesto por seis componentes: Aceptación socio cultural de la actividad empresarial, empresarios potenciales, empresarios intencionales, empresarios nacientes, empresarios nuevos y empresarios establecidos. En ese orden de ideas, en el año 2012, el GEM con la vinculación de diversas universidades y organizaciones de la ciudad de Medellín en Colombia, como la Pontificia Bolivariana, Universidad de Medellín, el Centro de Estudios en Economía Sistémica ESCIM, la Gobernación de Antioquia, entre otras, realizó el informe GEM Antioquia 2012-2013 (GEM Colombia, 2012) con el cual se pretende evaluar las acciones que desde programas como Antioquia E, se vienen realizando en el departamento de Antioquia. Otros autores como Estrada y Uribe (2013) y Gómez y Mitchell (2014) han realizado estudios y análisis comparativos entre las cuatro ciudades que participan en el informe GEM en Colombia y la situación del emprendimiento y la innovación especialmente desde las políticas públicas y la infraestructura para emprender.

Sobre los aspectos formativos del emprendedor, las competencias emprendedoras, entendidas como la sumatoria de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten desenvolverse con éxito en un contexto determinado, ocupan un papel fundamental al interior de los programas de formación emprendedora. (Martínez y Carmona, 2009), lo que ha llevado a las instituciones de educación superior (IES) a definir un conjunto de competencias emprendedoras clave que estructuran y soportan la educación en emprendimiento que se da en el aula de clase (Gómez y Satizábal, 2011; Salas, 2005 ; Varela y Bedoya, 2006). Esta formación por competencias, se suma a los principios praxeológicos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, que busca generar discursos sobre la acción, de tal manera que la lógica de la acción se articule con la lógica del conocimiento (Juliao Vargas, 2011). Sobre la pregunta de cómo generar precisamente conexión entre los contenidos curriculares de las asignaturas y la práctica, el Centro de Emprendimiento Social y Solidario (CESS) de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Seccional Bello consideró el tomar los principios del juego y la lúdica para estructurar los procesos de formación y acompañamiento al emprendedor. Al respecto, se tiende a aceptar los conceptos de lúdica y juego como sinónimos. En efecto, lo lúdico se entiende como la predisposición del ser humano frente a su cotidianidad y la manera de “estar” y relacionarse con la vida en espacios y ambientes que provocan la interrelación, el disfrute, el goce y la felicidad (Jiménez, 1988), mientras que el juego según Omeñaca y Ruiz (2005), se define como una actividad generadora de placer, donde por medio de la asociación voluntaria entre sus integrantes, se puede adquirir conocimiento y experiencias que posibilitan el alcance de objetivos. (Ortiz Ospina, 2012).

### 3. Metodología

La metodología utilizada para el diseño del Taller de la Creatividad Empresarial, comprendió en primer lugar una valoración de los estudiantes sobre la percepción y formación recibida en materia de emprendimiento y plan de negocio. Dicha valoración se realizó en tres etapas correspondientes a tres investigaciones secuenciales en torno al emprendimiento en la institución pero con objetivos diferentes; todas las investigaciones fueron de carácter transversal, no experimental aplicando un cuestionario autoadministrado. En la primera investigación, efectuada en el año 2010, la muestra correspondió a 707 estudiantes de diferentes programas de la Institución. La segunda, en el año 2011, encuestó a 80 estudiantes y la tercera, realizada en el año 2013, contó con la participación de 139 estudiantes, adscritos al Programa de Administración de Empresas de la Sede Bello. Igualmente las investigaciones analizaron los contenidos micro curriculares de las asignaturas de emprendimiento y plan de negocios y las capacidades del Centro de Emprendimiento con relación a herramientas, personal y procesos de acompañamiento y por último, se efectuaron talleres con los docentes responsables de dichas asignaturas y entrevistas a expertos en el tema.

### 4. Resultados

Entre los resultados obtenidos por las investigaciones realizadas en Uniminuto, se identificó que un 87% de los estudiantes tienen el potencial para emprender, es decir han reconocido oportunidades en su entorno inmediato para generar empresa y cuentan con algunas competencias para emprender como son el liderazgo, la responsabilidad y el trabajo en equipo, pero dicha cifra desciende un 82%, quedando reducida a sólo un 5% de emprendedores nuevos. Si bien las cifras guardan correspondencia a las presentadas en los informes GEM Colombia y GEM Antioquia. (Ver figura 1) es evidente la diferencia entre los emprendedores nacientes en Uniminuto (28.6%) con respecto a los otros dos informes de referencia.

Con relación a los emprendedores intencionales, la cifra cae a un 46%. Al respecto, se define emprendedor intencional al grupo de individuos que tienen en mente la creación de empresa en un periodo de tres años. Esta reducción del 41% se debe, en parte, a los contenidos propios de las asignaturas de emprendimiento y plan de negocios. En efecto, mientras un 64.75% expresaron su atracción sobre las asignaturas de emprendimiento, un 32% de los encuestados consideraron que los procesos de formación deben ser más prácticos. De igual manera, un 33% considera que los contenidos de las asignaturas de emprendimiento y plan de negocio cuentan con bases conceptuales relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresa, pero no encuentran conexión alguna con su programa de formación, es decir los contenidos y ejercicios corresponden al ámbito empresarial pero no se articulan a las dinámicas propias de su área de formación. La lectura anterior se ve reflejada en el número de emprendedores nacientes, entendidos como aquellos estudiantes que han empezado con actividad empresarial.- formalizada o no- y no necesariamente derivada de las clases.

Las cifras correspondientes a emprendedores nuevos fueron aportadas por el Centro de Emprendimiento Social y Solidario CESS donde sólo un 3% de los emprendedores acompañados manifestaron que su iniciativa surgió del aula de clase. Con relación a la última etapa de la tubería empresarial, El GEM define los emprendedores establecidos como aquellos individuos que cuentan

con una empresa con más de 3.5 años de antigüedad. En los registros de los emprendedores que tiene el CESS, el empresario más antiguo tiene una experiencia de tres años.

**Figura 1.** Tubería Empresarial GEM – Uniminuto Sede Bello

| GEM Colombia         | GEM Antioquia - Medellín | Uniminuto Sede Bello |
|----------------------|--------------------------|----------------------|
| Potenciales 64.6%    | Potenciales 54.96%       | Potenciales 87%      |
| Intencionales 58.46% | Intencionales 54.96%     | Intencionales 46%    |
| Nacientes 13.6%      | Nacientes 11.07%         | Nacientes 28.6%      |
| Nuevos 10.3%         | Nuevos 5.91%             | Nuevos 5 %           |
| Establecidos 5.9%    | Establecidos 5.19%       |                      |

**Fuente:** GEM Colombia (2013); GEM Antioquia (2013); Ortiz (2011); Valencia, Valencia y Montaña (2013).

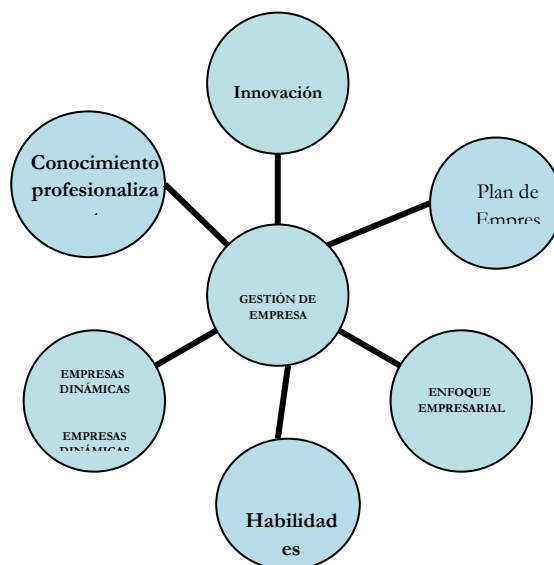
Las investigaciones también arrojaron la importancia que el docente tiene para los estudiantes frente al proceso emprendedor, en efecto un 25.9% manifestaron que la pedagogía utilizada por el docente en el aula de clase influye de manera directa en las intenciones de crear empresa. (Valencia, Valencia, y Montaña, 2013), Frente a lo anterior, un 18.71% consideran que es necesario utilizar herramientas que fomenten sus intenciones y mentalidad emprendedora, mientras que un 54.68% ven a los semilleros de investigación como una herramienta fundamental para fomentar la creatividad y por ende la identificación de ideas que pueden transformarse en futuras empresas, por último un 71.22% de los encuestados consideran que hacen falta cursos adicionales que posibiliten entender y asimilar los conceptos y variables de un plan de negocio. Con relación a las barreras que afectan el proceso emprendedor los factores económicos y sociales son los que tienen mayor peso frente a aspectos como el miedo al fracaso.

Al analizar los contenidos curriculares y el proceso de formación del emprendedor, se identificó que las asignaturas de emprendimiento y plan de negocio están estructuradas bajo un modelo de formación con enfoque Administrativo o FEEA centrado en la idea de negocios. (Gibb, 2006). Este modelo, utilizado principalmente en Estados Unidos y Europa, concibe la formación empresarial como un proceso sistémico basado en el aprendizaje de conceptos y herramientas administrativas enfocadas a la generación y consolidación de empresas.

Según Gibb (2006), la formación emprendedora administrativa corresponde al modelo tradicional de las escuelas de negocios, las cuales desarrollan los siguientes elementos claves en el emprendedor como son el plan de empresa, el enfoque empresarial, las habilidades gerenciales, el conocimiento profesionalizante y la gestión de empresas que se constituye en la sumatoria de los

elementos anteriores posibilitan al emprendedor las herramientas y habilidades necesarias para gestionar y dirigir su empresa bajo un criterio administrativo. Los planes de acción y los demás componentes inherentes a la misma, están supeditados a la dinámica propia de la organización para garantizar la sostenibilidad y continuidad del proyecto en el tiempo. (Ver figura 2.)

**Figura 2.** Modelo de Formación con Enfoque Administrativo o FEEA.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de Gibb (2006)

## Discusión y conclusiones

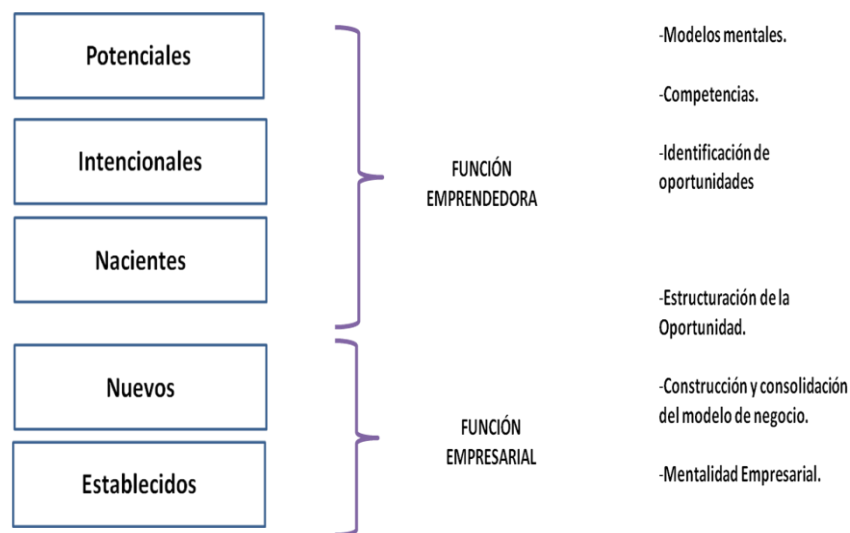
A partir de los resultados anteriores, se diseñó, por parte del Centro de Emprendimiento Empresarial y Social (CESS) un modelo de formación para los emprendedores que permitiera, en primer lugar, posibilitar la aprehensión de los conceptos emprendedores y de creación de empresa a través de metodologías experienciales a partir de la lúdica y el juego; segundo, desmitificar el emprendimiento como un proceso meramente administrativo y de negocios para darle un sentido más orientado hacia las competencias y habilidades del individuo que son en suma, la base para la consolidación de una iniciativa empresarial.

El nuevo modelo formativo denominado “Taller de la Creatividad Empresarial” un espacio para el juego y la lúdica emprendedora” se pensó inicialmente como un curso complementario a las asignaturas de emprendimiento y plan de negocio, debido a que dicha asignatura estaba orientado a la función emprendedora y no a la función empresarial, propia del modelo FEEA. En otras palabras, se separa el emprendedor del empresario, para centrarse, como afirma Herrera (2008) es la parte creativa, activa, humana y rica del individuo que le permite identificar oportunidades, integrarlas a su proyecto de vida y cumplir sus objetivos personales. Con base en lo anterior, el Taller de la Creatividad Empresarial busca a través de actividades estructuradas bajo los conceptos de la lúdica y el juego, identificar y transformar los modelos mentales del emprendedor, fortalecer y potenciar sus competencias desarrollando en los mismos las habilidades para leer el entorno e identificar oportunidades susceptibles



de convertirse en acciones intraempresariales o bien en ideas de empresa que serán estructuradas bajo un modelo de negocio y por ende con la posibilidad de convertirse en empresas.

**Figura 3.** Contenidos Función Emprendedora y Función Empresarial



**Fuente:** Elaboración propia a partir de Herrera (2008)

Para tal fin, la metodología del taller está basada en la búsqueda de un aprendizaje significativo por parte de los participantes, los cuales se convierten en actores activos del proceso; dicho aprendizaje será incorporado a las actividades que realizan en todos los escenarios donde se desenvuelvan; esto permite integrar el concepto de emprendimiento más allá de la creación de empresa y vincularlo directamente con el proyecto de vida individual. Para tal efecto se utilizan, como se mencionó anteriormente herramientas que faciliten el cumplimiento de los objetivos propuestos tales como juegos, simulaciones empresariales, campamentos, talleres, entre otras actividades.

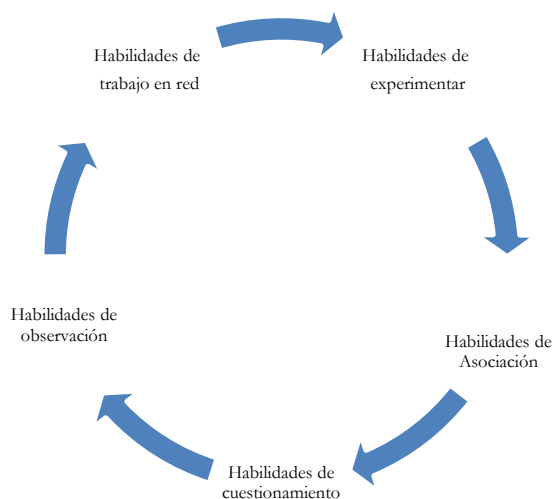
En criterio de la metodología anterior, los aprendizajes que sustentan el Taller de la Creatividad son (Ortiz, 2011a):

1. **Aprendizaje activo:** Los participantes aprenden mediante la ejecución de tareas, el análisis de situaciones problema o actividades relacionadas con los contenidos del curso que les permitan indagar, recopilar información, cuestionar su entorno, emprender acciones y reflexionar sobre el papel e importancia del emprendimiento.
2. **Aprendizaje constructivo:** Las actividades desarrolladas en el curso, deben permitir que los participantes construyan sus propios esquemas conceptuales, así pueden integrar y relacionar los conocimientos aprendidos con sus propias experiencias y las de los demás.

3. **Aprendizaje Intencional:** El contenido del curso y las actividades que lo apoyan deben tener objetivos claros y directamente relacionados con el emprendimiento, de tal manera que los participantes conozcan y comprendan el cuándo, cómo, porqué y para qué de su proceso de formación como emprendedores.
4. **Aprendizaje asociativo:** El curso se basa en el compartir experiencias con el otro lo que fomenta no sólo el trabajo en equipo sino también la capacidad de observación, análisis, procesos de comunicación y la toma de decisiones conjuntas.
5. **Aprendizaje basado en lo real:** los contenidos y metodología de las actividades deben estar relacionados con situaciones reales de emprendimiento empresarial y de la vida cotidiana, para que los conocimientos aprendidos no se vean como algo lejano y sin sentido, puedan ser adaptados a las diferentes situaciones y contextos del emprendimiento generando soluciones basadas en el análisis, la disertación y la conciliación entre factores.

Cada uno de los aprendizajes anteriores son la base para el diseño de las actividades que conforman el banco de juegos del taller y que se van revisando y alimentando de manera permanente por parte del Centro de Emprendimiento Social y Solidario de la Institución con el apoyo de sus docentes y los mismos estudiantes. El diseño de dichas actividades parte de cinco habilidades clave que conforman lo que Dyer, Gregersen y Christensen (2011) han denominado el ADN del innovador, una característica fundamental del emprendedor. (Ver figura 4).

**Figura 4.** Habilidades claves del innovador aplicadas en el diseño de los juegos del Taller.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de H. Dyer, B. Gregersen, & M. Christensen (2011)

De igual manera, el Taller de la Creatividad Empresarial, fortalece un conjunto de competencias emprendedoras previamente aceptadas por la institución como parte del perfil de sus estudiantes y graduados como son el trabajo en equipo, el liderazgo, la comunicación, la planeación, la

creatividad, el manejo de la información, entre otras. Estas competencias se transversalizan en los currículos dinamizando el proceso de aprendizaje contribuyendo a la misión de la universidad.

Como parte del proceso de mejoramiento y evaluación del Taller, se cuenta con un manual docente que alberga diferentes actividades para ser aplicadas en clase, cada una de ellas consignada en una ficha base y de fácil lectura. Dicho manual es alimentado de manera permanente por los mismos estudiantes, emprendedores y docentes, en un ejercicio de co-creación que permite la integración de los diferentes actores de la cadena de valor del emprendimiento al proceso formativo. En la actualidad, se está conformando un banco de herramientas tecnológicas, de tal manera que puedan implementarse el uso de las TICs como apoyo en el aula de clase y especialmente en el desarrollo de las habilidades y competencias propias de la función empresarial.

Es importante desde las instituciones responsables de acompañar a los emprendedores, sin importar su enfoque, definir metodologías innovadoras que contribuyan tanto a la creación y sostenibilidad de la empresa como al fortalecimiento de las competencias blandas de sus usuarios. Entender la relación entre las funciones emprendedoras y empresariales y definir estrategias y acciones concretas alrededor de las mismas posibilitan un mejor acompañamiento y por ende en más y mejores emprendedores y empresas.

## 6. Referencias

- Correa, C. (2008): “La Dimensión Humana del Emprendimiento”. *Revista Ciencias Estratégicas. Vol 16 - No 20*. Disponible en: [www. http://aprendeonline.udea.edu.co/](http://aprendeonline.udea.edu.co/) (Último acceso: 12 diciembre 2014).
- Dyer H , Gregersen, J. y Christensen, M. (2011). “*El ADN del Innovador*”. Editorial Deusto. Barcelona.
- Estrada, J. y Uribe, A. (2013). “*Análisis del emprendimiento en las Principales Ciudades de Colombia*”. Disponible en: <http://repository.cesa.edu.co/> (Último acceso 14 diciembre 2014).
- GEM Colombia (2012). “*Reporte GEM Antioquia 2012-2013*”. Disponible en: <http://antioquia.gov.co/PDF2/gem.pdf> (Último Acceso: 14 diciembre 2014)
- Gibb, A. (2006). Espiritu Empresarial, Soluciones Únicas para Ambientes Únicos. ¿Acaso es posible lograr con el Paradigma Existente? En R. V. (Comp), *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial V 2* (págs. 15-75). Cali: ICESI.
- Gómez, H. y Mitchell, D. (2014). “*Innovación y Emprendimiento en Colombia: Balance, Perspectivas y Recomendaciones de Política 2014-2018*”. Disponible en: <http://www.fedesarrollo.org.co/publicaciones/> (Último acceso 15 diciembre 2014)
- Gómez, M. y Satizábal, K. (2011). “Educación en Emprendimiento: Fortalecimiento de Competencias Emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali” . *Economía, Gestión y Desarrollo*, 121-151.
- Herrera, F. (2008). “*Función Emprendedora y Función Empresarial*”. Disponible en: [www.juandemaria.org](http://www.juandemaria.org) (Último acceso 17 diciembre 2014).
- Jiménez, C. (1988). *Pedagogía de la Creatividad y la Lúdica* . Editorial Magisterio. Bogotá.
- Juliao, C. (2011). *El Enfoque Praxeológico*. Bogotá: Uniminuto.

- Martínez, F. y Carmona, G. (2009). "Aproximación al Concepto de "Competencias Emprendedoras". *Valor Social e Implicaciones Educativas*" en *Revista Iberoamericana sobre calidad, Eficacia y Cambio en la Educación*. Vol 7 N° 3, 82-98.
- Omeñaca, C. y Ruiz J. (2005). "Juegos Cooperativos y Educación Física". Editorial Paidotribo. Barcelona.
- Ortiz, L. (2012). "El Juego del Emprendimiento y el Emprendimiento como un Juego. Taller de la Creatividad Empresaria un Espacio para la Lúdica y el Aprendizaje Emprendedor." Disponible en: <http://www.uasb.edu.ec/> (Último acceso 17 diciembre 2014).
- Ortiz, L., Marulanda, J., Cañas, R. y Mesa, J. (2012). *Propuesta de Creación de una Unidad de Emprendimiento con Enfoque Social en Tres Universidades del Valle de Aburra* en "Memorias II Congreso Internacional de Investigación en Administración- Universidad Simón Bolívar" 6-24.
- Rodríguez, A. (2009). "Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial". Disponible en: <http://www.scielo.org.co/> (Último acceso: 11 diciembre 2014). Obtenido de Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial.
- Salas, W. (2005). "Formación por Competencias en Educación Superior, una Aproximación Conceptual a Propósito del Caso Colombiano". Disponible en: [http://www.rieoei.org/boletin36\\_9.htm](http://www.rieoei.org/boletin36_9.htm) (Último acceso 17 de marzo 2014).
- Valencia J., Valencia, A. y Ortiz, L. (2013). "Percepción de las Capacidades y Aptitudes para el Emprendimiento en los Estudiantes Universitarios". En *Revista de Estudios e Investigaciones Unaciencia*. Año 6 N° 11. 105-115.
- Valencia J., Valencia, A. y Montañó, W. (2013). "Percepciones de la formación para el Emprendimiento en los Estudiantes Universitarios". Disponible en: <http://revistas.lasalle.edu.co> (Último acceso 17 diciembre 2014).
- Varela, R. (2012). *La Tubería Empresarial*. Obtenido de Universidad ICESI Boletín Innovando N°47 : [http://www.icesi.edu.co/cdee/innovando\\_47/editorial.php](http://www.icesi.edu.co/cdee/innovando_47/editorial.php) (Último acceso 15 diciembre 2014)
- Varela, R., & Bedoya Arturo, O. L. (2006). Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias. *Estudios Gerenciales Vol 22 N° 100*, [http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/198/196](http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/198/196) (Último acceso 16 marzo 2014).
- Varela, R., & Soler, J. D. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor Caribbean. 2011 Caribbean Regional Report*. Obtenido de GEM Caribbean : <http://www.gemcaribbean.org/our-publications> (Último acceso 16 de diciembre 2014)
- Varela, R., Gómez, L., Vesga, R., & Pereira, F. (2014). *Dinámica Empresarial*

## DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE EMPRENDIMIENTO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO EN LA PROVINCIA DE PASTAZA

**Lic. Mario Patricio Padilla Martin**

[mariopadillam@hotmail.com](mailto:mariopadillam@hotmail.com)

*Docente y coordinador de la Unidad de  
Gestión de Emprendimiento  
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador*

**Msc. Ana Lucia Quispe Otacoma**

[alquishpe3@espe.edu.ec](mailto:alquishpe3@espe.edu.ec)

*Docente del Departamento de Ciencias  
Económicas, Administrativas y de Comercio  
{OUniversidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador*

### Resumen

El emprendedor siempre será un emprendedor, y justamente ese espíritu de lucha permanente por cristalizar nuevas metas, colocar nuevos productos y servicios, encontrar nuevos mercados, etc. es lo que hace que el emprendimiento se mantenga vigente. El estudio propuesto a continuación es producto de la selección de aquellos emprendedores considerados exitosos en la provincia de Pastaza y alrededor de los cuales se han establecido diversos indicadores que dan cuenta de una realidad del Emprendimiento. La Tasa de Emprendimiento Latente –TEL- de la Provincia de Pastaza es 66%. Este indicador contiene Planes de Expansión hacia nuevos mercados, nuevas zonas geográficas y potencialmente nuevos productos. Se suma el índice de mejoramiento de la infraestructura que es del 63%, logística, acondicionamientos especiales, etc. El índice de Mejoramiento de la Imagen Corporativa es también parte importante de este grupo de indicador, tiene que ver con la proyección, posicionamiento de las empresas en el mercado, y cuya intención es del 63%. Otro componente muy importante es el Indicador de Optimismo ante las perspectivas de Futuro del país, ante el cual el 72% lo mira con perspectivas halagadoras. Quienes toman la decisión de invertir o expandir consideran seriamente las perspectivas del país, por tanto el índice de Optimismo frente a los Planes de Expansión que es del 76%, que en este caso significa que 76 de cada 100 personas está dispuesta a invertir en base al futuro nacional. El 81% de los emprendedores de la provincia se encuentran en el sector Terciario, es decir en el área de Servicios y el siguiente más importante es el primario con el 19% de emprendimientos orientados a las actividades extractiva.

**Palabras claves:** Diagnóstico, perspectiva, fomento emprendimiento, instrumento de desarrollo.

**Abstract**

The entrepreneur will always be an entrepreneur, and precisely this spirit of constant struggle to crystallize new goals, put new products and services, find new markets, etc. is what makes entrepreneurship remains in force. The study proposed below is the result of the selection of those considered successful entrepreneurs in the province of Pastaza and around which were established several indicators that reflect a reality of Entrepreneurship. Rate Latent Entrepreneurship -TEL- of the Province of Pastaza is 66% this indicator contains Plans Expansion into new markets, new geographies and potentially new products. The rate of improvement of the infrastructure that is 63%, logistics, special fittings, etc. adds the index Improving Corporate Image is also an important part of this group indicator has to do with the projection, positioning of companies in the market, and whose intention is 63%. Another important component is the indicator of optimism about the prospects for future of the country, against 72% which looks at him with flattering prospects. Those who take the decision to invest or expand seriously consider the prospects of the country, so the index Optimism versus Expansion Plans that is 76%, which in this case means that 76 of every 100 people is willing to invest on the basis the national future. 81% of entrepreneurs in the province are in the tertiary sector, in the area of services and the next most important is the primary with 19% of enterprises oriented extractive activities.

**Keywords: Diagnosis, perspective, promoting entrepreneurship, instrument of development.**

**1. Introducción**

El gobierno actual en el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir 2009-2013, en el objetivo 11, contempla establecer un sistema económico social, solidario y sostenible, en la Política 11.1. Señala: Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción, en los siguientes acápite se manifiesta lo siguiente:

1. Fomentar la producción nacional vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno.
2. Aplicar incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente aquellas de los sectores industrial y de servicios, con particular énfasis en el turismo, en el marco de su reconversión a líneas compatibles con el nuevo patrón productivo y energético, y considerando la generación de empleo local, la innovación tecnológica, la producción limpia y la diversificación productiva.
3. El Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir, 2009-2013, Diversificar las formas de producción y prestación de servicios, y sus capacidades de agregación de valor, para ampliar la oferta nacional y exportable.

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), viene generando lineamientos de política nacional de emprendimiento; y por otra parte Silvana Vallejo, en el Foro Regional de Análisis de experiencias internacionales en torno al diseño e implementación de

políticas de fomento al emprendimiento, en noviembre del 2011, manifiesta “El Sistema Emprende Ecuador ha generado una arquitectura en territorio bajo la lógica de la vinculación del sector público, privado y la academia, lo cual lo vuelve un instrumento para viabilizar proyectos de fomento productivo, las áreas de ecosistemas escogidas son:

- I. Sistema de Información: [www.emprendenecuador.ec](http://www.emprendenecuador.ec)
- II. Sistema de financiamiento: 2 redes de inversores ángeles inscritas para apoyo (Startups y Catapulta); 1 programa de financiamiento en construcción: Fondo Nacional de Garantías con la Corporación Andina de Fomento (CAF).
- III. Educación emprendedora: incidencia en la nueva malla curricular del tercer año de bachillerato.
- IV. Sistema de Voluntariado: ecuatorianos con perfil profesional adecuado. Programa en mentoring (acompañamiento-tutoría) y asesoría. (Plan de negocios y estudios de mercado).
- V. Sistema Institucional de Emprendimientos: Reglamentación para la transferencia de recursos regulada; Código de la Producción, otras. Grupo de actores desarrollados (30 potenciadores de todo el país superando los procesos de transferencia; 14 operadores en territorio han cumplido 1/3 del proceso de transferencia; 10 GADs han requerido el instrumento Quito, Napo, Imbabura, Tungurahua, Pichincha Pastaza, Cañar, otros)”.

## 2. Revisión de la literatura

De otro lado, el Centro de Investigación y Desarrollo (CIID-UTI), Unidad Operativa de Investigación de Posgrado (UOI), en el informe final del “Diagnóstico del Capital Emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico de la región sierra –centro del Ecuador”, en las recomendaciones se manifiesta “los resultados de este estudio podría ser la fuente para el diseño y aplicación de políticas, estrategias y proyectos en el campo del emprendimiento a nivel regional, tomando en cuenta que cada una de las provincias tienen sus propias particularidades productivas, sociales y culturales, tratando en último término de desarrollar el concepto de provincias emprendedoras”.

Es preciso señalar que en el país existen pocos estudios acerca del emprendimiento, a lo que se suma que el concepto de capital emprendedor es nuevo y poco conocido, por lo que la investigación será pionera en el tema. El análisis más actualizado que se encontró es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), con el que se puede tener una idea de la situación emprendedora en el país. Además, el país ya cuenta desde abril del 2011 con datos oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre el último censo realizado.

En Ecuador el GEM lo ejecuta la ESPAE Graduate School of Management de la Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL), éste ha sido desarrollado durante varios años (2004, 2008, y 2009,.....2013) que mide la actividad emprendedora en 63 países. Los principales temas que esta investigación abarca son: El boom del emprendimiento en el Ecuador: ¿Una buena noticia?,

Emprendimientos múltiples, Los negocios: Gestación, inicio y crecimiento, Emprendimiento y bienestar, El clima emprendedor, Emprendedores senior, Políticas Públicas<sup>1</sup>.

- Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 36%, para el año 2013, es decir que aproximadamente 1 de cada 5 adultos es un emprendedor.
- Se encontró que 60% de los emprendedores encuestados específicamente manifestó estar en una mejor condición social que la de sus padres.
- El 22.7% de los adultos afirmaron haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras 12.1% lo hicieron por necesidad.
- La tasa de emprendimiento por necesidad, al igual que el año anterior, se encuentra considerablemente por encima del promedio de la región (4.7%).
- El 25.2% de los emprendedores por oportunidad afirmaron que lo hicieron para incrementar sus ingresos, un 27.2% lo hizo buscando independizarse mientras que el 47.6% estuvo motivado también por necesidad (es decir tuvo una motivación mixta).
- El 38.1% de los emprendedores solo había completado su educación secundaria, mientras un 37.3% solamente la primaria; un 13.6% de los emprendedores fueron profesionales, considerablemente por encima de lo observado el 2012 (6%), y sus negocios son en su mayoría nacientes.
- El 74.8% de los emprendedores tenía menos de 45 años, el 55.7% era auto-empleado y solamente el 27.3% contaba con ingresos familiares anuales superiores a los US \$7200.
- El principal motor se encuentra en el continuo incremento en la tasa de emprendedores nacientes. Es así que, en el 2013 ésta fue de 25.3%, superando considerablemente al 16.7% observado en el 2012 y triplicando el 8.7% del 2008.

En el Censo Económico (CENEC) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizado el 2010, Ecuador registra 474.844 establecimientos económicos de diversa naturaleza. En la Sierra se encuentran el 52,53%, en la Costa el 42,84%, el 4,27% está en la región amazónica y en la región insular se registra el 0,27%.

Las actividades económicas que más destacan en Ecuador son: el comercio, el servicio y la manufactura. El 53,8% son locales dedicados al comercio, el 35,5% a los servicios y el 9,4% a la manufactura.

---

<sup>1</sup> ESPAE: Graduate School of Management. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR- ECUADOR El Reporte Global Entrepreneurship Monitor 2013. Disponible en <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/reportegem2013.pdf> [Fecha de Consulta 28 de marzo de 2014]



### 3. Metodología

El trabajo de investigación se ejecutará utilizando fuentes de información de tipo bibliográfico, que se encuentran a disposición en documentos o investigaciones realizadas en el campo del emprendimiento.





Adicionalmente se harán entrevistas a actores importantes del ecosistema local, lo que completará la información de campo. También se levantará información directamente en cada uno de los 4 cantones involucrados en Provincia. Se harán talleres de validación provincial del diagnóstico y perspectivas de emprendimiento en la Universidad y talleres con las asociaciones para verificar las estrategias de desarrollo.

Partiendo de ello se identifica que la provincia de Pastaza es la provincia más grande del Ecuador y de la Región 3, probablemente con mayores contrastes y característica diferenciadores. Cuenta con una extensión del 29.773 Km<sup>2</sup> aproximadamente de la zona oriental exclusivamente, lo que equivale al 66% de la Región 3 y el 12% del territorio nacional.

Limita al norte con las provincias de Napo y Orellana, al sur con Morona Santiago, al este con el Perú (Departamento de Loreto) y al oeste con la provincia de Tungurahua. Pastaza es una zona de gran precipitación fluvial presente a lo largo de todo el año, el clima es cálido y húmedo con una temperatura que varía entre los 18° y 24° grados centígrados. Algunos de los muchos ríos de la provincia son el río Pastaza, el río Puyo y el río Curaray.

Según el censo de población del 2010, la provincia tenía 83.933 habitantes. La provincia está dividida en cuatro cantones:

**Cuadro 1.** División política de Pastaza.

|                                                                                     | Cantón      | Pob. (2010) | Área (km <sup>2</sup> ) | Cabecera Cantonal |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------------------|-------------------|
|  | Arajuno     | 6.491       | 8.767                   | Arajuno           |
|  | Mera        | 11.861      | 520                     | Mera              |
|  | Pastaza     | 62.016      | 19.727                  | Puyo              |
|  | Santa Clara | 3.565       | 311                     | Santa Clara       |

**Fuente:** <http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia> [Fecha de Consulta 28 de marzo de 2014].

**Figura 1.** Los cantones de la provincia de Pastaza.



**Fuente:** <http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia> [Fecha de Consulta 28 de marzo de 2014].

#### 4. Resultados

Las encuestas fueron aplicadas a 194 emprendimientos exitosos o visibles dentro de los cuatro cantones de la Provincia como son: Arajuno, Mera, Pastaza y Santa Clara. Se aplicaron las encuestas no con relación de población sino con relación de los emprendimientos exitosos y de referencia dentro del sector.

**Cuadro 2.** Población de la Provincia.

| Población de Provincia de Pastaza por cantones |        |     |
|------------------------------------------------|--------|-----|
| Arajuno                                        | 6.491  | 10  |
| Mera                                           | 11.861 | 27  |
| Pastaza                                        | 62.016 | 131 |
| Santa Clara                                    | 3.565  | 26  |

**Fuente:** <http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia> [Fecha de Consulta 28 de marzo de 2014].

##### 4.1 Diagnóstico de perspectivas de emprendimiento

El tema de la presente investigación tiene especial relevancia por realizar un diagnóstico y las perspectivas del emprendimiento como instrumento de desarrollo, a fin de conocer un ecosistema apropiado para la generación de nuevos emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial.

En el Ecuador con la llegada a la presidencia del economista Rafael Correa, se inicia una reestructura del Estado y se da un inicio al fomento de las actividades productivas dirigidas desde las entidades estatales, dando inicio a una cultura de apoyo a MIPYMES y en especial a emprendimientos dinámicos. Sin embargo, en una primera etapa no deja de ser una acción aislada ya que se limita únicamente al financiamiento (Ferraro et al., 2010); en la actualidad se busca desarrollar otros factores igual de importantes dentro del ecosistema emprendedor ecuatoriano.

A nivel de los programas públicos el caso más importante a analizar es el desarrollado por el MCPEC a través del Programa Emprende Ecuador – actualmente suspendido hasta la creación del Instituto Nacional de Emprendimiento – que se encargaba de fomentar el sistema nacional de apoyo al emprendedor. (Ximena Vallejo, 2011).

Como complemento a este programa, otras instituciones del Estado han venido aportando a mejorar el ecosistema emprendedor. Así se tiene el caso de la Corporación Financiera Nacional (CFN) que creó un programa específico de financiamiento, los programas del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) denominado FONDEPYME, el Programa Jóvenes Emprendedores del Programa de Finanzas Populares y Solidarias, el Ministerio de Educación que se encuentra operativizando un programa piloto para que el emprendimiento forme parte de la malla educativa de tercer año.

Correos del Ecuador con su programa de Exporta fácil incentivando al emprendedor para que pueda exportar sus productos, conjuntamente con la ayuda y asesoramiento del Ministerio de Industrias y Productividad.

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.

Dentro de los programas privados a nivel nacional han existido una serie de iniciativas desarticuladas como es el caso del Programa Siembra Futuro de la Cervecería Nacional o el Programa Emprendefé que lo llevó a la práctica CREDIFÉ. También merece destacarse el trabajo que viene ejecutando la Corporación Ecuatoriana de Formación Profesional Compartida (CEFORCOM), institución sin fines de lucro que con el apoyo de gobiernos seccionales de las provincias de Tungurahua, Carchi y Napo se encuentra implementando el proyecto pedagógico denominado “Desarrollo de la Competencia Emprendedora a Nivel de Colegios Secundarios”.

En el Foro Regional “Análisis de experiencias internacionales en torno al diseño e implementación de políticas de fomento al emprendimiento”, desarrollado en noviembre del 2011, se concluye que la situación del emprendimiento en el Ecuador es la siguiente:

- La clase media en el Ecuador está creciendo y es la más interesada en aprovechar un ecosistema de emprendimiento.
- Hay una valoración importante del emprendimiento como carrera profesional, pero también las jerarquías mandan, es decir, los empresarios formados no son susceptibles a apoyar nuevos emprendimientos.
- La población mayor a 25 años con educación secundaria completa es la que se interesa en formar emprendimientos a pesar de la limitación del sistema de educación formal que no apoya estas iniciativas.

- De igual forma el aporte de la Universidad es muy pobre.
- Sin embargo, a pesar de que en el Ecuador el grado de redes de apoyo es muy poco, sobresale el esfuerzo propio frente a otras realidades latinoamericanas y de países desarrollados.
- El gasto de formación emprendedora que viene de las Universidades es de apenas el 3% frente al 77% que aporta el Estado, es decir, esta realidad debe cambiar, porque la academia debe subir su porcentaje y liberar de la responsabilidad al Estado.

Considerando lo manifestado anteriormente el desarrollo de esta investigación permitirá identificar un Diagnóstico y Perspectivas del Emprendimiento como Instrumento de Desarrollo en la provincia de Pastaza”.

De las diferentes acciones que vienen desarrollando los actores locales para el fomento del emprendimiento, concientizar la importancia del desarrollo del espíritu emprendedor. La factibilidad de cumplir los objetivos planteados es alta ya que se trabajará con datos obtenidos en la fuente, y se considera pertinente su aplicación por la coyuntura política que está incentivando el apoyo para la creación de negocios innovadores, asociaciones, micro financiamiento, entre otros.

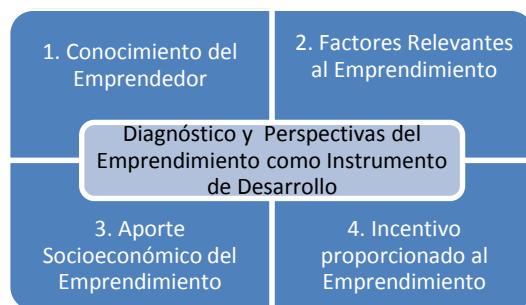
El Objetivo es determinar un Diagnóstico y Perspectivas del Emprendimiento como Instrumento de Desarrollo de la situación actual del emprendimiento y sus principales lineamientos de desarrollo armónico y sustentable de la provincia, como analizar las principales teorías emitidas en torno al emprendimiento y los nuevos planteamientos; a fin de disponer de información actualizada sobre el funcionamiento de su ecosistema emprendedor, tanto a nivel local; Definir los lineamientos generales y las perspectivas de emprendimiento de Pastaza, mediante un mecanismo participativo de sus principales actores locales.

En la Investigación se consideraron los siguientes indicadores de diagnósticos como conocimiento acerca del emprendedor

- 1) Conocimiento del Emprendedor.
  - a. Edad del Emprendedor.
  - b. Estrato Económico del emprendedor.
  - c. Experiencia Laboral Infanto-Adolescente.
  - d. Influencia del Entorno.
  - e. Motivo.
  - f. Auto consideración.
  - g. Educación y Emprendimiento.
  - h. Tiempo.
- 2) Factores Relevantes al Emprendimiento.
  - a. Capital Inicial.

- b. Trabajo como empleado antes.
  - c. La Familiar.
  - d. Cambios en la Imagen Corporativa.
  - e. Mejora del Emprendimiento.
  - f. Dedicación exclusiva a la empresa.
  - g. Factores de éxito más importantes.
  - h. Errores más grandes.
- 3) Aporte Socioeconómico del Emprendimiento.
- a. Numero de fuentes de trabajo directas.
  - b. El empleo generado pertenece a.
  - c. Cual es actualmente su mercado.
  - d. En los tres años tiene objetivos de expansión.
  - e. Planes de Expansión.
  - f. Su patrimonio actual estima.
- 4) Incentivo proporcionado al Emprendimiento.
- a. Apoyo recibido para inicio de su emprendimiento.
  - b. Área y calificación del tipo de apoyo recibido de organismos Soporte Legal al Emprendimiento.
  - c. Orientación de la política pública de incentivo a los emprendimientos o creación de empresas.
  - d. Emprendimiento respecto a la legislación del Ecuador.
  - e. Infraestructura y normativa de la ciudad.
  - f. Percepción del trabajo en el medio en que se desenvuelve.
  - g. Protección del Estado al emprendimiento.
  - h. Perspectiva futura.
  - i.

**Figura 2.** Estructura de encuesta



**Fuente:** Los investigadores.

#### 4.2 Desarrollo del Diagnóstico de Perspectivas de Emprendimiento

La investigación fue aplicada a emprendimientos exitosos y visibles a los sectores económicos primario, secundario y terciario, con diferentes tipos de actividad: Víveres, comercio de productos terminados, panaderías, sala de belleza, agricultores, frigoríficos, ferreterías, panaderías y pastelerías, profesionales en varias áreas, etc. Y se obtuvo el siguiente resultado.

**Cuadro 3:** Sector y Actividad.

| Sectores      | Actividad |
|---------------|-----------|
| Primario      | 4         |
| Secundario    | 36        |
| Terciario     | 154       |
| Total general | 194       |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Podemos observar que el sector que más sobresale en el sector Terciario relacionados con los servicios con un 154 emprendedores y secundario con 36 emprendedores.

#### 4.3 Conocimiento del Emprendedor

En este aspecto la investigación realizada, indagó respecto a varias variables importantes como: Edad, sexo, cuando fue el inicio de la actividad y los aspectos socioeconómico alrededor del emprendimiento, así como el estrato económico antes y actual, la experiencia laboral previa, quien o quienes influyeron su emprendimiento, el nivel de educación y otros factores que llevaron a los abordados a tomar la decisión de emprender.

**Cuadro 4.** Conocimiento del Emprendedor.

| PASTAZA                        |      |
|--------------------------------|------|
| 194                            | 100% |
| FEMENINO                       |      |
| 104                            | 54%  |
| MASCULINO                      |      |
| 87                             | 45%  |
| Estrato Económico Bajo         | 33%  |
| Estrato Económico Medio y Alto | 66%  |
| Edad Promedio                  | 41   |
| Edad Actual (% Bajo la media)  | 61%  |
| Edad Actual (% Sobre la media) | 39%  |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Las personas que más emprendedores en estos aspectos están así: Hombres con 54%, estrato económico medio y alto con 66%, La edad promedio de 41 años.

**Cuadro 5.** Influencia en el emprendimiento

| INFLUENCIA EN EL EMPRENDIMIENTO                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| Nadie                                               | 34% |
| Influencia                                          | 66% |
| Grupos: Asociaciones, Gremios, Clubes, Cámaras      | 18% |
| Educación: Escuela, Colegio, Instituto, Universidad | 38% |
| Familia, amigos, conocidos                          | 44% |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Los emprendimientos por influencia 66% relacionados con personas, como relación familiar, amigos y conocidos en 44%; y con la educación con un 38%.

**Cuadro 6.** ¿Por qué emprendió?

| ¿POR QUE EMPRENDIÓ? |     |
|---------------------|-----|
| Idea                | 32% |
| Necesidad           | 41% |
| Oportunidad         | 24% |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Los emprendimientos más exitosos o visibles fueron por necesidad con 41%, por una idea de negocios es de 32% y por oportunidad un 24%.

**Cuadro 7.** Educación del Emprendedor.

| EDUCACIÓN DEL EMPRENDEDOR | ACTUAL |
|---------------------------|--------|
| Ninguna                   | 21%    |
| Posgrado                  | 4%     |
| Primaria                  | 75%    |
| Secundaria                | 89%    |
| Técnica                   | 25%    |
| Tecnológica               | 15%    |

|               |     |
|---------------|-----|
| Universitaria | 81% |
|---------------|-----|

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Los emprendimientos relacionados en la educación: Universitaria son del 81%, seguido por la secundaria con el 89% y primaria con 75%.

**Cuadro 8.** Como se considera como persona.

| COMO SE CONSIDERA COMO PERSONA |     |
|--------------------------------|-----|
| Realista                       | 53% |
| Independiente                  | 32% |
| Humanista                      | 6%  |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Las personas cuando emprenden son realistas 53%, independientes con 32% y humanistas en un 6%.

**Cuadro 9.** Tiempo del emprendimiento.

| TIEMPO DEL EMPRENDIMIENTO           |     |
|-------------------------------------|-----|
| Empresas Recientes (menos de 1 año) | 8%  |
| Empresas Antiguas (Más de 10 años)  | 26% |
| Largo Plazo (1-9 años)              | 66% |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Los emprendimientos más duraderos son los que están a largo plazo de 9 años en adelante con un 66% y negocios antiguos más de 10 años con un 26%.

#### 4.4 Factores relevantes del Emprendimiento

**Cuadro 10.** Capital de financiamiento

| CAPITAL FINANCIADO (inicio)       |     |
|-----------------------------------|-----|
| Ninguno                           | 57% |
| Menos de 25%                      | 48% |
| Menos de 50%                      | 50% |
| Menos de 75%                      | 21% |
| Personas con capital menor al 75% | 176 |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.



El capital de inicio de los emprendimientos que ninguna institución le financio un 54%, menos del 50% y con capital menor al 75% fueron financiadas con el 176 personas.

**Cuadro 11:** Miembros de la familia vinculados

| MIEMBROS DE LA FAMILIA VINCULADOS |     |
|-----------------------------------|-----|
| Todos                             | 13% |
| Algunos                           | 43% |
| Ninguno                           | 42% |
| Plazas de Trabajo Generadas       | 107 |
| Aporte empleo a la Región         | 14% |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Las relaciones labores de los miembros que familiares que conforman el emprendimientos son algunos con 43% y ninguno un 42%.

**Cuadro 12.** Cambio de imagen

| CAMBIOS IMAGEN CORPORATIVA INICIAL |     |
|------------------------------------|-----|
| No                                 | 33% |
| Parcialmente                       | 27% |
| Completamente                      | 39% |
| Indicador Innovación Imagen        | 66% |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

.La gran mayoría de emprendimientos si quiere cambia su imagen corporativa de como iniciaron y donde quieren llegar con 66%.

**Cuadro 13.** Mejoramiento de infraestructura

| MEJORAMIENTO EN LA INFRAESTRUCTURA INICIAL |      |        |
|--------------------------------------------|------|--------|
| No                                         | 60%  | 42,02  |
| Parcialmente                               | 80%  | 45,84  |
| Completamente                              | 100% | 32,47  |
| Total Empresas                             |      | 120,33 |
| Ind. Innovación Infraestructura.           |      | 63%    |

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Así como el Índice de innovación de infraestructura por la provincia 63%.

**Cuadro 14.** Factores de éxito y errores cometidos

| FACTORES DE ÉXITO       |     |
|-------------------------|-----|
| Constancia              | 17% |
| Atención al Cliente     | 29% |
| Calidad del producto    | 20% |
| ERRORES COMETIDOS       |     |
| Ninguno                 | 31% |
| Exceso de Confianza     | 37% |
| Desconocimiento Negocio | 5%  |
| Fiar                    | 55% |

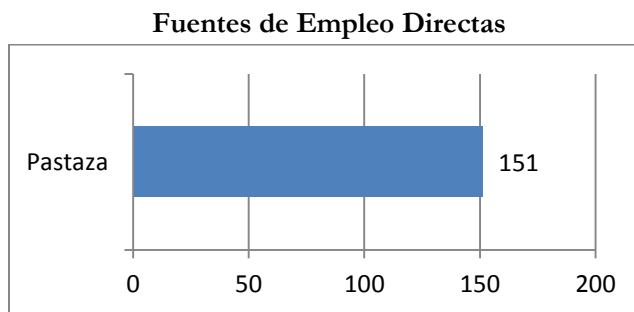
**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Los factores de éxito se relacionan con atención al cliente en 29%, calidad del producto 20% y la constancia en un 17%. Los errores cometidos, son esencialmente atribuidos al exceso de confianza con 37%, a fiar en un 55% y un 31 % no ha cometido errores.

#### 4.5 Aporte socioeconómico del Emprendimiento

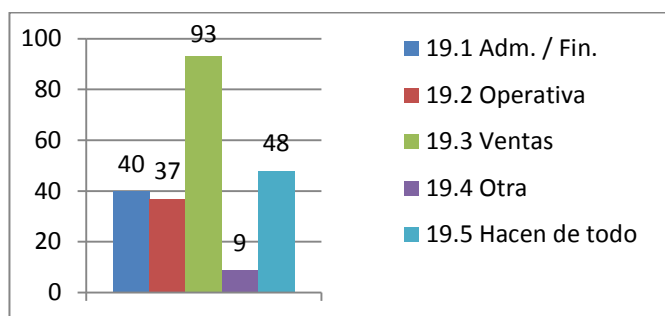
Se destaca en este segmento de la investigación de fuentes y áreas de empleo generado, mercados y planes de expansión de la empresa.

**Figura 3.** Fuentes de Empleo Directas



**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

**Figura 4.** El empleado pertenece a

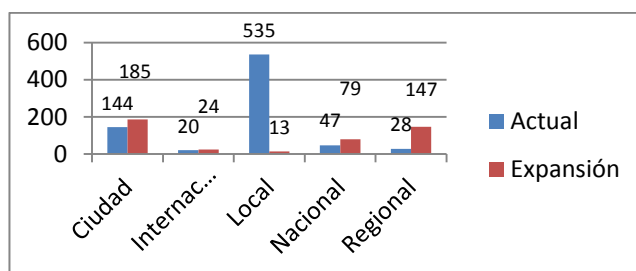


**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Los emprendedores generan puestos de trabajo más por área de ventas, seguido de personas que realicen varias funciones a la vez.

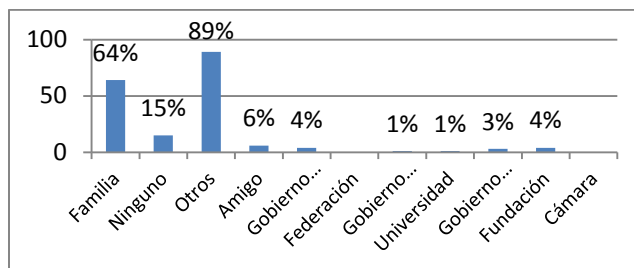
**Figura 5.** Cual es actualmente su mercado y expansión

#### Cual es actualmente su mercado y expansión



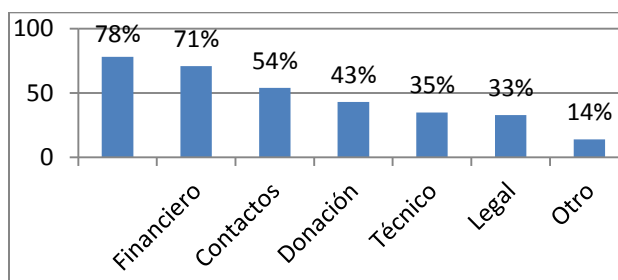
**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Los emprendedores exitosos quieren su mayor mercado a nivel local y regional y pocos a nivel nacional.

**Figura 6.** Apoyo recibido para inicio de su emprendimiento

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

El mayor apoyo recibido para iniciar o crecer su emprendimiento son otras personas con 89% y la familia con 64%.

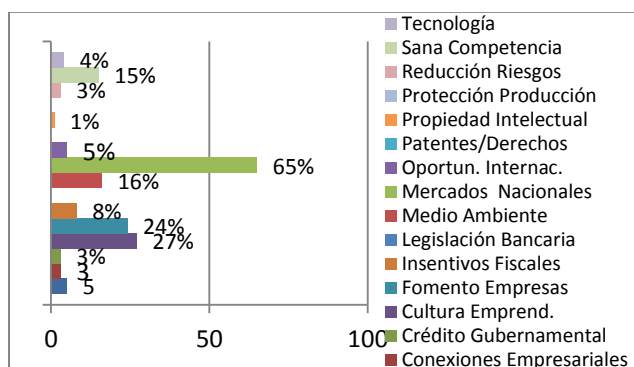
**Figura 7.** Área y calificación del tipo de apoyo

**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

La gran mayoría de emprendimientos recibió capacitación 68% en productividad o comercio, económico-financiero 71% y ventas 54%.

**Figura 8.** Orientación de la política pública de incentivo

### Orientación de la política pública de incentivo

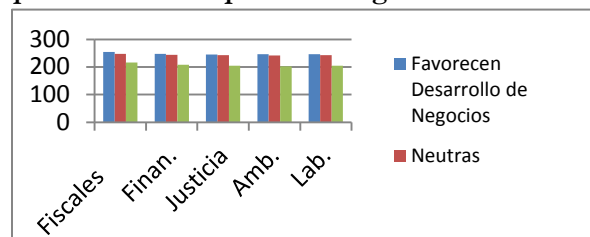


**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

La orientación de las instituciones públicas que apoyan a los emprendimientos se ve reflejada en la expansión del negocio a las ventas a nivel nacional con 65%, a tener una cultura emprendedora 27% y el fomento de nuevo emprendimientos con 24%.

**Figura 9.** Emprendimiento respecto a la legislación del Ecuador

**Emprendimiento respecto a la legislación del Ecuador.**

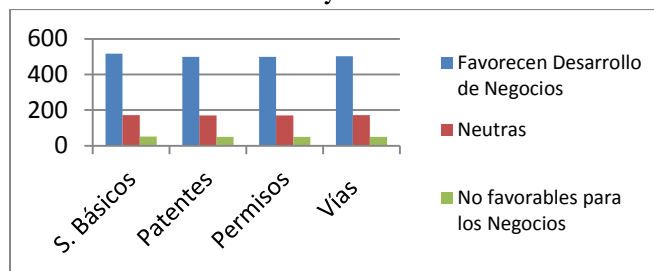


**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

La gran mayoría manifiesta que la legislación si ayuda y favorece al mantenimiento y seguimiento de los emprendimientos.

**Figura 10.** Infraestructura y normativa de la ciudad

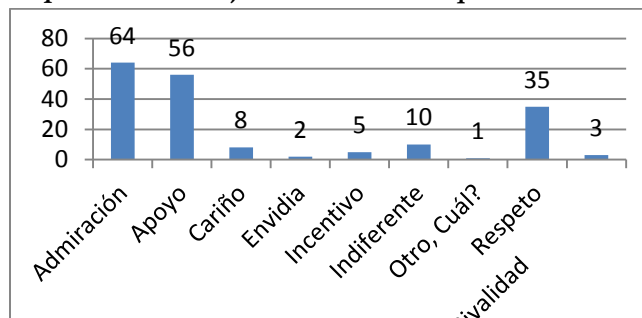
**Infraestructura y normativa de la ciudad**



**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

**Figura 11:** Percepción del trabajo en el medio en que se desenvuelve

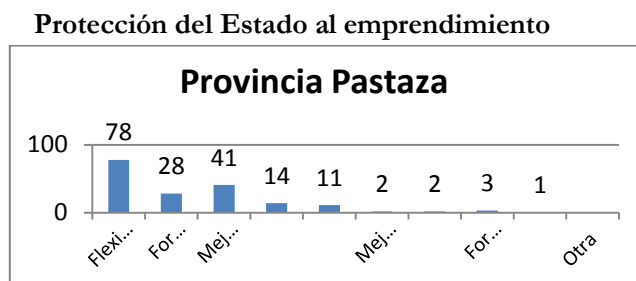
**Percepción del trabajo en el medio en que se desenvuelve.**



**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

El entorno donde se desarrolla y crece el emprendimiento y sus clientes tienen mucha admiración, apoyo y respeto.

**Figura 12.** Protección del Estado al emprendimiento

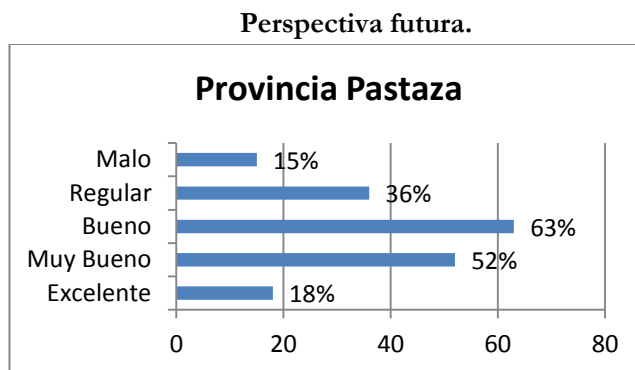


**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

La flexibilidad en el desarrollo del emprendimiento es muy importante.

La formación del emprendedor para que pueda iniciar y sostener en el tiempo es muy importante y el apoyo de las instituciones del Estado.

**Figura 13.** Perspectiva futura



**Fuente:** La Investigación. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

Las perspectivas de crecimiento de sus ideas emprendedoras es bueno en 63% y muy bueno es del 52%, nos da la idea general que el emprendedor tiene esa visión de futuro de sus negocio.

## 5. Conclusiones

El sector que más sobresale en el sector Terciario relacionados con los servicios con un 154 emprendedores y secundario con 36 emprendedores; Las personas que más emprendedores hombres

54%, y mujeres con 45% en estrato económico medio y alto con 66%, la edad promedio de 41 años.

La influencia tiene 66% con relación familiar, amigos y conocidos en 44%; en educación 44%: en la educación Universitaria son los 81%, seguidos por la secundaria con el 89% y primaria con 75%. Las relaciones laborales de los miembros que familiares que conforman el emprendimientos son algunos con 43% y ninguno un 42%.

Los más exitosos o visibles fueron por necesidad con 41%, por una idea de negocios es de 32% y por oportunidad un 24%. Cuando emprenden son realistas 53%, independientes con 32% y humanistas en un 6%. Y son más duraderos son los que están a largo plazo de 9 años en adelante con un 66% y negocios antiguos más de 10 años con un 26%

El capital de inicio lo financia las instituciones financieras un 54%, y menos del 50% y con capital menor al 75%; La gran mayoría de emprendimientos si quiere cambia su imagen corporativa de como iniciaron y donde quieren llegar con 66% y los factores de éxito se relacionan con atención al cliente en 29%, calidad del producto 20% y la constancia en un 17%: Los errores cometidos, son esencialmente atribuidos al exceso de confianza con 37%, a fiar en un 55% y un 31 % no ha cometido errores.

Los emprendedores generan puestos de trabajo más por área de ventas, seguido de personas que realicen varias funciones a la vez; Los emprendedores exitosos quieren su mayor mercado a nivel local y regional y pocos a nivel nacional.

El mayor apoyo recibido para iniciar o crecer su emprendimiento son otras personas con 89% y la familia con 64%, la mayoría recibió capacitación 68% en productividad o comercio, económico-financiero 71% y ventas 54%.

La orientación de las instituciones públicas que apoyan a los emprendimientos se ve reflejada en la expansión del negocio a las ventas a nivel nacional con 65%, a tener una cultura emprendedora 27% y el fomento de nuevo emprendimientos con 24%; manifiesta que la legislación si ayuda y favorece al mantenimiento, El entorno donde se desarrolla y crece el emprendimiento y sus clientes tienen mucha admiración, apoyo y respeto.

La flexibilidad en el desarrollo del emprendimiento es muy importante; La formación del emprendedor para que pueda iniciar y sostener en el tiempo es muy importante y el apoyo de las instituciones del Estado; Las perspectivas de crecimiento de sus ideas emprendedoras es bueno en 63% y muy bueno es del 52%, nos da la idea general que el emprendedor tiene esa visión de futuro de sus negocio.

## 6. Referencias

Andrés Higueta Palacio, XXII Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial, Quito 2012.  
Asamblea Nacional Constituyente. Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial, 2008.

- Charlan Marcelo, Fernández Paulina, & Camelio Francesca. Propuestas sobre políticas, programas y proyectos para el fomento de la inserción laboral de jóvenes en Chile, Santiago de Chile, FLACSO Sede Chile, 2005.
- Código Orgánico de la Producción de la Producción, Comercio e Inversiones, Registro Oficial, Suplemento 351, del 29 de diciembre del 2010.
- COOTAD, Registro Oficial 303 del 18 de octubre del 2010.
- Decreto 757, de la Función Ejecutiva, Suplemento del Registro Oficial No. 450, del 17 de mayo del 2011.
- Elizalde Hevia Antonio, ONU, & CEPAL. Planificación estratégica territorial y políticas públicas para el desarrollo local, Santiago de Chile, ILPES - CEPAL, 2003.
- ESPAE: Graduate School of Management. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR-ECUADOR 2013. [ en línea] Disponible en <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/reporteGem2013.pdf>
- Ferraro, Campo, Stumpo, Giovanni, CEPAL & ONU. Políticas de apoyo a las pymes en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales, Santiago de Chile, CEPAL, 2010.
- Flor García, Gary. Guía para crear y desarrollar su propia empresa (II ed.), Quito, FBT, 2011.
- Held Günther, & CEPAL. Políticas de financiamiento de las empresas de menor tamaño: experiencias recientes en América Latina - Serie Financiamiento del Desarrollo (dentro del marco del Proyecto Regional Conjunto CEPAL/PNUD «Políticas Financieras para el Desarrollo»), Santiago de Chile, CEPAL, 1995.
- Kantis Hugo, Angelelli Pablo, Moori Virginia, BID & FUNDES. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional, Washington, Inter-American Development Bank & FUNDES International, 2004.
- Kantis Hugo, Puppo José María, & CEPAL. Aportes para una estrategia PyME en la Argentina, Buenos Aires, CEPAL Oficina de Buenos Aires, 2003.
- Ley Orgánica Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero, Registro oficial 444, del 10 de mayo del 2011.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia, Política Nacional de Emprendimiento, Bogotá, Julio 2009.
- Ministerio de Cultura de Colombia. Política para el emprendimiento y las industrias culturales, Bogotá, 2010.
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica. Política Nacional de Emprendimiento, San José, Proyecto Costa Rica Emprende, Diciembre 2010.
- Sauka, Amis. Productive, Unproductive and Destructive Entrepreneurship: A Theoretical and Empirical Exploration, Michigan, William Davidson Institute, Peter Lang Ed., 2008.
- SCHUMPETER, J. 1935. Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. Ed. Fondo de cultura económica, México.
- Sempere, Joaquim. Mejor con menos, Barcelona, Editorial Crítica, 2009.
- SENPLADES: Subsecretaría de Planificación Nacional, Territorial y Políticas Públicas. Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador (I Edición), Quito, 2011.
- UTI, Diagnóstico del Capital Emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico de la región sierra –centro del Ecuador, marzo del 2012.



## ESTUDIO DIAGNÓSTICO EVALUATIVO EN EL SECTOR PYMES DEL CANTÓN LATACUNGA: UNA MIRADA A LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVA

**Msc. Yilena Montero Reyes**

*Docente de Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador*

[yiecua11@hotmail.com](mailto:yiecua11@hotmail.com)

### **Resumen**

En Ecuador en muchas ciudades, se ha visto una tendencia por parte de diferentes sectores sociales, así como a nivel familiar, a establecer negocios, a la creación de microempresas, en especial por parte de las familias de los emigrantes, que ven en estas iniciativas de negocio, una fuente de ingreso y empleo. Por su parte, Las PYMES de la provincia de Cotopaxi no cuentan con un servicio profesional especializado que les permita perfeccionar su gestión administrativa, financiera y en marketing, así como dar seguimiento y sistematizar las experiencias a fin de crecer y consolidar las iniciativas de negocio. El presente proyecto tiene como objetivo fundamental realizar un estudio diagnóstico evaluativo de las carencias que presentan las pequeñas y medianas empresas, como sustento para generar alternativas viables de negocio que permitan contrarrestar los problemas existentes, contribuyendo al logro de una mayor eficiencia en los servicios y en los niveles de producción de cada una de las PYMES, ajustado a las necesidades reales del cliente y de su entorno. Se realizó un estudio exploratorio situacional de la región y de las PYMES para determinar una estructura FODA que permita generar alternativas de solución en torno mayormente a servicios de asesorías y consultorías, que faciliten el mejoramiento del desempeño y desarrollo de las PYMES en las áreas administrativas, financieras y de marketing. El análisis tuvo como punto de partida la realización de un diagnóstico que permitió caracterizar la realidad actual del sector empresarial; medir indicadores que apuntan a las necesidades reales y sus condicionamientos, teniendo como referente, presupuestos metodológicos para el diseño de las investigaciones descriptivas, desde la construcción de instrumentos válidos y confiables.

**Palabras Claves:** PYMES, requerimientos, asesorías, diagnóstico, desarrollo.

### **Abstract**

In Ecuador in many cities, has seen a tendency for different social sectors and family level, to establish businesses, micro-enterprise development, especially by the families of migrants, who see these initiatives business, a source of income and employment. SMEs in the province of Cotopaxi not have a specialized professional service that allows them to perfect their administrative, financial and marketing management, and monitoring and systematize experiences to grow and consolidate business initiatives. This project's main purpose is to perform a diagnostic evaluation study of the shortcomings presented by small and medium enterprises, as support to generate viable business alternatives to counteract the problems, contributing to achieving greater efficiency in services and production levels of each of SMEs, tailored to the real needs of the client and their environment. A situational exploratory study of the region and SMEs was conducted to determine a SWOT structure allowing alternative solutions around mostly advisory and consulting services that facilitate performance

improvement and development of SMEs in the administrative areas, financial and marketing. The analysis took as its starting point the realization of a diagnosis that allowed characterizing the current reality of the business sector; measure indicators that point to the real needs and constraints.

**Keywords: PYMES, requirements, consulting, diagnosis, development.**

## 1. Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) cumplen un rol importante dentro de la economía nacional siendo un pilar fundamental en el desarrollo económico del Ecuador, contando estas empresas, con un alto porcentaje de la mano de obra del personal ocupado del país y el 10 % de la producción total según datos de la Encuesta Nacional al sector empresarial coordinada por el INEC en el año 2007. Se observa entonces como sector de gran importancia no solo como fuente de empleo sino también por su capacidad competitiva cuando es incorporada al proceso productivo de forma adecuada y organizada. Su desarrollo se ha caracterizado a través de los años, por una gran diversidad de iniciativas realizadas por diferentes actores sociales; sin embargo, es evidente que aún es necesario un mayor apoyo tanto del sector público como del privado para lograr su perfeccionamiento y superar dificultades que se presentan para este sector, en diferentes ámbitos, como en el área Administrativa, Financiera y de Marketing.

En Ecuador en muchas ciudades, se ha visto una tendencia por parte de diferentes sectores sociales, así como a nivel familiar, a establecer negocios, a la creación de microempresas, en especial por parte de las familias de los migrantes, que ven en estas iniciativas de negocio, una fuente de ingreso y empleo, lo que ha generado gran cantidad de oferentes de diversos bienes y servicios en forma de microempresas, que en su mayoría no cuentan con una forma adecuada, métodos y técnicas para gerenciar y obtener el crecimiento de sus negocios, como es el caso de las microempresas de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, a criterio de sus dueños y gerentes. (Archivos de Entrevistas a empresarios latacungueños). En este sentido, para que las empresas puedan mantener una participación adecuada en el mercado y no se encuentren amenazadas, es necesario aplicar ciertas estrategias que permitirán su desarrollo sobre todo a nivel organizativo, que eleve la eficiencia de la empresa, la gestión administrativa y establezca las competencias y funciones necesarias en los recursos humanos y les permitan difundir sus servicios y/o productos para ganar más clientes. Por tal razón, es muy importante que las empresas desarrollen una gestión adecuada, y estar en capacidad de enfrentar los grandes retos y amenazas.

Ante las oportunidades que los actuales escenarios presentan, se hace indispensable dar seguimiento a las necesidades que van surgiendo en las pequeñas y medianas empresas del cantón Latacunga y en este sector socioeconómico de cada uno de los contextos en los que se desarrollan, que permitan generar una oferta y un servicio en correspondencia con las exigencias de los sectores económicos a nivel cantonal y regional, resulta necesario perfeccionar el sector empresarial, en la medida que cada dueño, gremio encargado o familias, ha gestionado y creado sus empresas de acuerdo a conocimientos mayormente empíricos que no han tenido un sustento en prácticas asociadas a un sustento científico. La realización de diagnósticos que permitan identificar dichas necesidades, en diferentes aristas, posibilitará establecer mejoras y alianzas estratégicas para el desarrollo óptimo de las empresas. La presente investigación constituye una vía para redimensionar, repensar y reestructurar el

ámbito de acción de la empresa privada como institución dentro de la provincia y dentro del cantón, así como el fortalecimiento de los recursos humanos máxime cuando, en muchos casos, el mercado, que se pretenden crear nuevas sucursales y experimentar un crecimiento empresarial. Por ende, la investigación tiene como punto de partida, el análisis de necesidades y requerimientos de las PYMES en el ámbito financiero, administrativo y de marketing en el cantón Latacunga, que permita realizar una valoración de su situación actual, conocer la realidad de las pequeñas y medianas empresas, como premisas para poder realizar recomendaciones pertinentes a partir de su perfeccionamiento y desarrollo.

### **1.1 Acerca de los autores**

La investigación ha formado parte de una iniciativa personal de investigación del primer autor, por antecedentes de investigaciones realizadas afines a esta temática, por lo que como docente de la materia metodología de la investigación, fue pertinente realizar el proceso investigativo y la ejecución del trabajo de campo, con estudiantes de Segundo Nivel de Ingeniería en Finanzas y Auditoría de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, en el semestre marzo – agosto de 2014, en correspondencia con los objetivos, valores y competencias que emite la Universidad para la realización de investigaciones.

## **2. Revisión de la literatura**

Para el desarrollo de la investigación y considerando los indicadores que determinaron el estudio diagnóstico, se tuvieron en cuenta concepciones teóricas en torno a las pequeñas y medianas empresas así como los indicadores de la situación actual de las pequeñas y medianas industrias, como se muestra a continuación:

La situación actual de la pequeña industria se resume a continuación:

- Escaso nivel tecnológico
- Baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos
- Falta de crédito, con altos costos y difícil acceso
- Mano de obra sin calificación
- Producción se orienta más al mercado interno
- Incipiente penetración de PYMES al mercado internacional
- Ausencia total de políticas y estrategias para el desarrollo del sector
- Son insuficientes los mecanismos de apoyo para el financiamiento, capacitación, y uso de tecnología
- El marco legal para el sector de la pequeña industria es obsoleto. (Según estudio realizado por la Cámara de la pequeña industria, 2008)

A pesar de las problemáticas existentes, las PYMES en Ecuador poseen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos. Si el sector recibiera el suficiente apoyo de las instituciones oficiales y de las organizaciones de asistencia técnica internacional, podría llegar a constituirse en el motor del desarrollo y tener mayor posibilidad de poder producir para el mercado internacional.

El comercio ecuatoriano, pase a ciertos cambios cualitativos y cuantitativos, no ha podido adquirir autonomía y desarrollo, y modificar su antigua estructura. Sigue dependiendo de tres productos primarios: petróleo, banano y camarón, cuyo valor agregado es bastante limitado, además de que su comercio está sujeto a la voluntad de los monopolios y políticas comerciales externas.

Cualesquier cambio en la demanda de estos productos puede implicar graves desequilibrios económicos.

Las PYMES ecuatorianas, por falta de información, asistencia técnica, crédito y modernización de los organismos oficiales, no ha podido expandir sus productos para el mercado internacional. (Según estudio realizado por la Cámara de la pequeña industria, 2008).

### **3. Metodología**

Como se ha mencionado con anterioridad, la presente investigación tiene como Objetivo General, realizar un estudio diagnóstico evaluativo de la situación actual de las PYMES en el cantón Latacunga en el período 2012 - 2014, que permita identificar sus carencias en el área Administrativa, Financiera y de Marketing como premisas para la búsqueda de alternativas de solución enfocadas a su perfeccionamiento y desarrollo. Lo antes expuesto evidencia que la investigación constituye un estudio exploratorio - descriptivo, al no existir antecedentes similares, ni estudios que de forma holística, midan diferentes indicadores que permitan caracterizar el sector empresarial de la ciudad de Latacunga.

Para la conformación del estudio y trabajo de campo, se estableció una muestra representativa de 170 empresas del cantón Latacunga, zona urbana, con respecto a la población total de empresas existentes. Como instrumento de medición, se seleccionó y aplicó un cuestionario de 37 ítems que permitió medir los indicadores referentes a las dimensiones fundamentales del estudio: en el área administrativa, financiera y de marketing; cuestionario realizado en la totalidad de los casos, a los dueños de las empresas para contar con una información válida y confiable. El análisis e interpretación de resultados, se realizó en el Programa Estadístico SPSS, a partir del cual se obtuvieron estadísticas descriptivas sobre el conjunto de datos, pudiendo establecer valoraciones generales y por cada uno de los ítems.

### **4. Resultados**

El análisis e interpretación de resultados, establece aspectos que pueden ser sometidos a análisis, como se muestra a continuación:

**Tabla 1.** Ítems Principales. Resumen de Encuesta aplicada a dueños de las PYMES

|                                                                                             |                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>¿La creación organizacional de su empresa la realizó?</i>                                | Ud. Mismo (91.2 % )<br>Contador (5.9 %)<br>Empresa Especializada (1.8 %)<br>No realiza (1.2 %)                                                                         |
| <i>¿Cuál es el área de su empresa que mayormente requiere asesoría técnico profesional?</i> | Administrativa (24.7%)<br>Comercio (21.8 %)<br>Financiera (19.4 %)<br>Informática (9.4 % )<br>Legal (0.6 % )<br>Logística (1.8 %)<br>Marketing (10 %)<br>Otros (1.8 %) |
| <i>¿Qué sugerencias daría para el mejoramiento del sector empresarial en la ciudad?</i>     | Mejoras en el área de administración (25.9%)<br>Mejoras en el área de comercialización (48.2%)<br>Mejoras en el área de producción ( 25.9 %)                           |

**Fuente:** Elaboración propia, a partir de datos recolectados de encuesta.

Según los resultados que se muestran en la tabla anterior, el 91.2 % de los propietarios encuestados, han realizado la creación organizacional de su empresa, mientras que 24.7 % que representa a la mayoría, afirma que su empresa requiere asesorías mayormente en el área financiera ante los nuevos escenarios actuales. Por ende, el 48.2 % asevera que las mejoras en el sector empresarial mayormente podrían estar en función de las mejoras en el área de comercialización y mejoras en el área de producción de cada una de las empresas. De igual manera, la organización funcional de cada empresa, en la medida que solo el 4.7 % del total de empresas, cuentan con Departamento de Recursos Humanos, no manejándose adecuadamente los recursos humanos lo que se refleja en la inestabilidad laboral de sus trabajadores: la mayoría de los trabajadores no ha permanecido en la empresa por más de cinco años y han sido reclutados en su mayoría, por recomendaciones, no existiendo políticas para la sistematización de los procesos de capacitación necesarios para la superación de los trabajadores.

La mayoría de los propietarios de las PYMES en la zona urbana del cantón Latacunga, se encuentran en el rango de edad de 25 a 35 años, siendo significativo que el porcentaje mayor son hombres, aún no es frecuente encontrar a mujeres propietarias de las empresas de la ciudad, teniendo en cuenta que los gerentes son los propios dueños, de los cuales, el 34.1 % del total de propietarios encuestados, posee nivel de instrucción bachiller, mientras que el 31.2 % posee nivel de instrucción secundaria, lo que permite afirmar que los emprendedores no son en su mayoría profesionales ni poseen algún tipo de especialización en áreas afines a las ciencias empresariales y administrativas. En

cuanto al tipo de actividad a la que se dedica la empresa, el 52.9 % se dedica al comercio, corroborando que en la ciudad de Latacunga, el sector PYMES, en el área industrial y de servicios, aún no se desarrolla ni evoluciona a favor del desarrollo económico social. Existe un porcentaje mínimo de empresas industriales, y se concentran mayormente en el sector norte de la ciudad, en el sur, aún carece de un crecimiento empresarial significativo.

Es en este sentido, y a partir de los datos mencionados con anterioridad, que resulta una tarea de primer orden a criterio de los encuestados, el 74.7 % del total, el contar con una Empresa de Asesoramiento Técnico Profesional en el Área Financiera, Administrativa y de Marketing, que posibilite el perfeccionamiento y crecimiento empresarial en el cantón, sugiriendo que esta empresa se ubique mayormente en el sector centro de la ciudad, por existir mayor acceso a este lugar. Todo ello con la finalidad de garantizar mayor calidad en la oferta de la empresa así como en sus servicios que garanticen mayor eficiencia y productividad. De la investigación de campo realizada, según las entrevistas y encuestas aplicadas, se puede afirmar que las PYMES en la zona urbana de la ciudad de Latacunga se encuentran en límites de ventas promedio de 8.000.00 dólares mensuales aproximadamente, no disponen de un plan estratégico para la toma de decisiones y previsión a largo plazo, además de que no cuentan con sistemas de incentivos para sus empleados ni realizan planes de capacitación sistemáticos para su personal, sin dejar de mencionar que carecen de estrategias para la atracción de clientes y la potenciación del gusto y preferencia de sus productos entre la población.

La mayor parte de las PYMES de la ciudad de Latacunga, elaboran estados financieros anualmente, lo que evidencia una falta de sistematización y control financiero dentro de la organización, además de que analizan los estados financieros sólo preocupados por las utilidades y no considerándolos como una herramienta de decisión, condicionado en gran medida, por una realidad que es latente: la mayoría de los empresarios no son personas profesionales, han nacido de su propia autogestión al buscar fuentes de sustento, pero no cuentan con la preparación adecuada para manejar sus negocios. El 68.8 % de encuestados, afirma que aún carecen de sistemas contables siendo el propietario el que realiza la presupuestación financiera no estando esta tarea en manos de contadores, si se tiene en cuenta que en la mayoría de las empresas, no existen áreas y departamentos que contribuyan a contar con un organigrama funcional; solo se centra la organización en los propietarios, quienes han realizado incluso, la creación organizacional de la empresa, sin contar con recursos humanos especializados para ello.

Más de la mitad de las PYMES en la zona urbana de la ciudad de Latacunga cuentan con la evaluación del desempeño de su personal, pero en cambio, no conocen cómo trabajar con las competencias de cada uno de ellos ni apuntar a generar una motivación alta en los empleados, que contribuya a fortalecer su sentido de pertenencia con la entidad y/o empresa. Aunque poseen en su mayoría, información de su competencia directa, aún no se sienten con la preparación suficiente como para estudiar la competencia y mejorar su oferta. Por otro lado, no manejan las nuevas tecnologías de la información y por ende, su desarrollo tecnológico no es notable a pesar de que en su mayoría, cuentan con acceso y conexión a Internet a través de banda ancha. Más de la mitad de las PYMES en la zona urbana y rural de la ciudad de Latacunga, desconocen el significado de las TIC's, a criterio de Hidalgo (2011). Por otra parte, la mayoría cuenta con servicio de internet, solo el 37.1 % de la totalidad de empresas, cuentan con sitios web y herramientas de información y comunicación para su promoción, y

la gran mayoría no cuenta con sistemas informáticos contables como se ha mencionado con anterioridad.

Se hace indispensable entonces, enfocarse a generar un servicio de asesoría, consultas, seguimiento y capacitación a las pequeñas y medianas empresas que en su mayoría, requieren de ayuda para mejorar sus negocios, para ampliarlos y apuntar al diseño de estrategias viables desde la parte administrativa, financiera y organizacional. Una de las preocupaciones centrales en el componente capacitación y asesorías, es la posibilidad de aumentar la productividad en la microempresa a partir de acciones de entrenamiento y transferencia de conocimientos, dirigidas mayormente a mejorar la capacidad administrativa y gerencial del microempresario, como es el caso de la capacitación en gestión empresarial. Asimismo, acciones para mejorar la capacidad de producir enfocando las actividades dentro del ámbito técnico productivo; es muy importante destacar aquellas actividades que se encuentran ligadas con el otorgamiento y recuperación de los créditos que han realizado muchos de los empresarios por lo que se deben facilitar herramientas que permitan que el microempresario pueda determinar su capacidad de endeudamiento, el plazo de su deuda y las garantías que podría presentar.

Otra de las perspectivas a las que se debe orientar este tipo de servicios, es precisamente, en la necesidad de formar y preparar a los microempresarios, alrededor de las actividades que deben realizar los dirigentes, que no conocen del todo, a su propia consideración, las herramientas y técnicas existentes para la gerencia empresarial, el control y administración, entre otros. Existen centros como el CECAP y los diversos Centros Educativos Ocupacionales promocionados en un tiempo por las Cámaras de la Producción y Organismos Provinciales que se ubican en la zona de Cotopaxi, que han brindado servicios de asesoría y capacitación a las pequeñas y medianas empresas, pero no ha sido suficiente, en ocasiones, no han respondido a las verdaderas necesidades de dichas empresas al no tener como sustento un diagnóstico real sobre el cual diseñar su estrategia de seguimiento y control de las PYMES.

Por lo tanto, la microempresa representa un segmento estable en la economía, en lugar de un empleo temporal. Satisfechos con su empresa, la mayoría de los dueños de las PYMES, están comprometidos a continuar con sus negocios; con deseos de mayor independencia y decididos a potenciar y fortalecer sus empresas, son optimistas respecto al futuro, y están comprometidos en la tarea de que la empresa crezca. Por tanto, estos aspectos son positivos, favorables para generar iniciativas de negocio en torno a las asesorías empresariales. Existen además, microempresarios capacitados y con conocimientos que aunque no representan la mayoría, es también un aspecto favorable como apoyo para el trabajo que se pretende realizar.

La provincia de Cotopaxi en los últimos años ha crecido notablemente en todos los ámbitos tanto social, como económico y culturalmente, existiendo una tendencia muy marcada por el desarrollo del comercio formal e informal, visualizándose el crecimiento y fortalecimiento en el mercado de múltiples iniciativas de negocio y creación de empresas, las cuales tienen como propósito asegurar su posición de forma segura dentro de la competitividad local y nacional, a partir de su perfeccionamiento y desarrollo, al no tener ningún tipo de inconveniente en su funcionamiento, manejo y proyección a la satisfacción del cliente.

**Tabla 2.** Matriz DAFO. Ítems Principales. Resumen de la Investigación de Campo

| FORTALEZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | DEBILIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Representan un alto porcentaje de unidades productivas de la zona urbana de Latacunga.</p> <p>Generan un alto índice de empleo a nivel local y regional.</p> <p>Participan de un alto porcentaje de la producción local.</p> <p>Amplia capacidad de adaptación</p> <p>Flexibilidad frente a los cambios</p> <p>Estructuras empresariales horizontales</p> <p>Facilidad de obtener información de la competencia</p> <p>Producción limitada a lo demandado, evitando el despilfarro</p> | <p>Insuficiente y/o inadecuada tecnología</p> <p>Escasez de maquinaria sofisticada para la fabricación de productos</p> <p>Limitada capacitación del personal.</p> <p>Insuficiencia de liquidez.</p> <p>Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en otros países.</p> <p>Poca penetración del mercado.</p> <p>Número de clientes reducido.</p> <p>Ventas locales o regionales; y en muy pocos casos, nacionales.</p> <p>Insuficiente organización empresarial</p> <p>Insuficiente capacitación para el manejo de empresas</p> |
| OPORTUNIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | AMENAZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>Las facilidades de obtención de créditos para las PYMES.</p> <p>Variedad de segmentos de mercado que consumen diversos tipos de productos y servicios.</p> <p>Facilidad de obtención de materias primas por encontrarse en la zona central del país.</p> <p>Cercanía a Universidades para obtener mano de obra calificada en diversas especialidades.</p>                                                                                                                              | <p>Incremento de la inflación que puede reducir el consumo.</p> <p>Incertidumbre política por el modelo del socialismo del siglo XXI.</p> <p>Reducción de importaciones.</p> <p>Competencia inminente por la baja inversión que se requiere para instalar una PYME.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

**Fuente:** Elaboración propia, a partir de datos recolectados de encuesta.

Es en este sentido, que resulta fundamental la identificación de requerimientos y necesidades del sector empresarial como punto de partida, para la búsqueda de alternativas de solución que posibilite este cambio, considerando que existen numerosas falencias en cuanto a cómo manejar las empresas por parte de sus dueños o representantes, así como la falta de conocimientos para el diseño de estrategias orientadas a la atención al cliente, funcionamiento de la organización, control financiero, sistematización y estudio del mercado para afianzar los servicios o productos que se ofrecen; por lo que se hace necesario transformar esta realidad empresarial y apuntar al manejo adecuado de los recursos humanos y de la organización en general. Para la elaboración de este proyecto, se tomaron en consideración varios factores: dentro del entorno de la empresa, cómo es su evolución y desarrollo, el ambiente económico existente en la actualidad, identificando las preferencias, características y requerimientos del mercado potencial. Con la información recolectada y analizada, se puede establecer una Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Amenazas y Debilidades (DAFO) en las PYMES del cantón Latacunga:



Sin dudas, las PYMES, deben fortalecerse como empresas y eslabones fundamentales en la economía local y nacional, comenzando por la organización y estructuración de la empresa, considerando que las PYMES, en un 55.3 % del total de empresas encuestadas, no tienen definida su misión – visión y el 42.4 % no elabora estados financieros, en la medida que la totalidad de las empresas, coinciden en que la información financiera mayormente es utilizada para determinar la situación de la empresa, no para elaborar presupuestos. En la encuesta realizada se pudo observar que el 37,03 % de las personas estarían dispuestas a pagar \$20.00, el 44.45 % de personas está dispuesta a pagar \$25,00 la hora siendo la mayoría, el 11,11% de las personas está dispuesta a pagar \$30,00, el 7.41 % de las personas está dispuesta a pagar \$35,00 por un servicio de asesoría técnico profesional.

Las respuestas a esta pregunta son claras para el estudio; un 44 % de empresarios contestan que requieren servicio de asesoría cada mes; un 37% de empresarios contestan que requieren servicio de asesoría cada 3 meses; esta pregunta señala claramente que la demanda de servicio de asesoría técnica - profesional está garantizada si se creara una empresa de asesorías en el cantón. Desde los resultados obtenidos, se pudo observar que el 22 % de personas espera de un servicio técnico profesional “calidad”, el 5 % de personas espera de un servicio técnico profesional “confiabilidad”, el 5 % restante, espera de un servicio técnico profesional “confidencialidad”, el 29% de personas espera de un servicio técnico profesional “eficiencia”, el 37 % de personas espera de un servicio técnico profesional “experiencia”, el 4,7% de personas espera de un servicio técnico profesional “puntualidad”, el 7,6% de personas espera de un servicio técnico profesional “responsabilidad”, el 5,9% de personas espera de un servicio técnico profesional “todas las alternativas” mientras el 19,4% no requiere de asesoría técnica profesional.

A criterio de la autora, existe factibilidad de realización para una nueva empresa que se dedique a la asesoría administrativa, financiera y de marketing para PYMES en la ciudad de Latacunga; la cual cuenta con una ventaja competitiva frente a la competencia que es el precio y la calidad del servicio de asesoría por horas, en la medida que los empresarios reconocen que no se encuentran satisfechos con el servicio recibido hasta ahora ni con lo que han pagado por dicho servicio. Lo anterior lleva a considerar que además del análisis de la información obtenida, se puede afirmar que existen necesidades muy puntuales de trabajar con las PYMES mayormente en los siguientes indicadores, que coadyuvan al desarrollo de las PYMES en nuestro medio; las opciones que se señalan son de orden tanto interno como externo a las organizaciones que se pretende impulsar e incluso algunas de ellas pueden tener un alcance internacional o se hará necesario el coordinar esfuerzos fuera del país, tanto con gobiernos, organizaciones internacionales, ONG's. Entre los principales aspectos a considerarse, tenemos:

- Impulsar el tema de la competitividad siendo éste es un asunto complejo que abarca los aspectos de la denominada Macrocompetitividad, lo cual implica aspectos tales como el entorno macroeconómico del país, la infraestructura disponible, instituciones públicas adecuada para el desarrollo, legislación adecuada, disminución de trabas burocráticas para el establecimiento de las PYMES, el tema de la seguridad, entre otros. Contempla así mismo los aspectos de orden interno o Microcompetitividad, que considera los temas de la calidad, tecnología, cuadros directivos adecuados, productividad, cooperación entre las empresas.

- Es pertinente que los organismos encargados de la promoción y control de las PYMES señalen con precisión la definición y caracterización de las micros, PYMES y grandes empresas, considerando para ello las variables clásicas: nivel de empleo, activos, facturación.
- Propender a la internacionalización de las PYMES, más aún cuando está en plena vigencia un esquema de globalización.
- Inserción más efectiva de las PYMES en el mercado nacional e internacional, a través de acciones tales como: certificación de calidad, registro de marcas, diseños adecuados, creación de sitios web, promoción e información.
- Obtener líneas de créditos en montos y cantidades adecuadas para los sectores micros y PYMES.
- Asociatividad.
- Integrar a las PYMES en esquemas de integración que permitan obtener u operar en economías de escala de producción; esto conllevará a la reducción de costos, mejoras de la calidad, innovación y mayor poder de negociación.
- Impulso a los microcréditos, o sean préstamos por cantidades pequeñas, destinados a personas de escasos recursos y que se orientan al desarrollo de proyectos laborales o microempresas.
- Aprovechar de mejor manera los montos considerables de las remesas que remiten los migrantes al país; destinarlas a proyectos microempresariales. No hay que perder de vista que Latinoamérica recibió 42.400 millones de dólares por este concepto en el año 2005; el Ecuador recibió 1.600 millones, constituyendo el segundo rubro en importancia de ingreso de divisas, luego de las exportaciones petroleras. (Encuesta INEC 2007).
- Propender a labores de Emprendimiento y formación de emprendedores, o sea personas con iniciativa, que desarrollen proyectos y generen riqueza y empleo; ofreciendo productos y servicios que satisfagan las necesidades del mercado.
- Organizar programas de Incubadoras de Empresas o sea mecanismos de apoyo a empresas e iniciativas de reciente creación, en especial en la fase inicial de dichos proyectos, donde existe mayor riesgo de fracaso por las limitaciones de recursos y experiencia empresarial.

En la provincia de Cotopaxi y de manera particular en el sector urbano de la ciudad de Latacunga tenemos que existen microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y empresas grandes unas formales y otras informales. Si bien es cierto las microempresas cuentan con gran informalidad por su naturaleza, las pequeñas y las medianas ya se les exigen que estén reguladas por un organismo de control tributario como es el SRI, según Jiménez (2007). Ahora bien, es evidente que las PYMES no han recibido la suficiente ayuda de las entidades gubernamentales, además de que no están satisfechos con el servicio recibido, la mayoría de los encuestados afirma que la asesoría recibida no cumple con sus expectativas ni con sus necesidades considerando también el trato recibido, la demora en el servicio, las trabas burocráticas y el nivel de claridad y concreción a la hora de orientarles, porque muchos de ellos no han podido comprender del todo lo que han recibido.

**Tabla 5.** Ítems Principales

|                                                               |                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Existe facilidad para acceder al sistema financiero público? | Si (56.5 %)<br>No (43.5 %)                                                                                                                          |
| ¿Existe facilidad para acceder al sistema financiero privado? | Si (66.5 %)<br>No (33.5 %)                                                                                                                          |
| ¿Cómo selecciona sus proveedores?                             | Criterios técnicos (3.5%)<br>Exige certificado de calidad (24.7 %)<br>Exige visita directa (25.3 %)<br>Visita directa y criterios técnicos (45.9 %) |

**Fuente:** Elaboración propia, a partir de datos recolectados de encuesta.

El 33.55% no tiene facilidad para acceder al sistema financiero privado y el 66.5% sí. Es decir, que en la ciudad de Latacunga la mayoría de las empresas si pueden acceder al sistema financiero privado. En la encuesta realizada se pudo observar que el 43.5% no tiene facilidad para acceder al sistema financiero público y el 56.5% sí. Es decir, que también es óptimo el acceso y facilidades que tienen las empresas para acceder al sistema financiero público. Como aspectos positivos de las empresas, poseen maquinaria actualizada, con una antigüedad promedio de unos cinco años; la mayoría cuenta con un total de cinco a diez computadoras, así como realizan un seguimiento de los proveedores y exigen para su selección, visitas directas y criterios técnicos. El 78.8 % importa productos terminados pudiendo cubrir la demanda existente no exportando la gran mayoría ningún producto terminado.

Las PYMES no exportan actualmente de manera creciente y sostenida, debido a que tienen ciertas dificultades para hacerlo: capacidad insuficiente para atender grandes volúmenes, desconocimiento de los requisitos nacionales e internacionales, precios no competitivos, limitaciones en calidad y trabas arancelarias y no arancelarias que imponen otros países, por lo que puede ser muy factible comenzar a desarrollar estrategias que potencialicen las exportaciones en las PYMES. En la encuesta realizada pudimos observar que el 85,9% de negocios no cuenta con asociatividad en el sector mientras que el 14,1% si cuenta con asociatividad en el sector y pertenece a diferentes gremios que han surgido mayormente de comerciantes, por lo que para la mayoría, resulta necesario conformar asociaciones en las cuales puedan gestionar y trabajar en función del desarrollo de sus empresas y del sector PYMES. En la encuesta se pudo observar que el 11,8% de negocios logra cubrir la demanda existente por los productos que oferta mientras que el 88,2% no logra cubrir la demanda existente. Por ende, es importante apoyarles, encaminarles a mejorar y hacer crecer sus empresas para poder posicionarse en el mercado local en la medida en que produzcan más.

El 50,6% de personas no utiliza publicidad para sus negocios y el 49,4% de negocios si tiene publicidad. Los negocios prefieren utilizar publicidad en ferias, el 4,7% de las empresas encuestadas, así

como folletos/catálogos, de igual manera, el 4,7%; hojas volantes el 8,8%, internet el 2,4%, la prensa escrita el 1,8%, la radio en un porcentaje mayor el 9,4%, mayormente utilizan tarjetas el 17,6%, la TV el 2,4%;; solo el 1,2% utiliza varios tipos de publicidad y el 47,1% que a pesar de no ser la mayoría sí es un porcentaje significativo, no realiza ningún tipo de publicidad, lo que evidencia que aún es insuficiente el desarrollo de estrategias de Marketing en las empresas, considerando que a criterio de sus propietarios, la mayoría no conoce acerca de estas herramientas y al no contar con personal especializado en estas ramas, no han desarrollado aspectos relacionados a publicidad, estrategias para captar clientes, entre otros.

Se puede afirmar que del total de empresas encuestadas, el 48,15 % que representa la mayoría, corresponde a las PYMES que se dedican a la actividad comercial lo que permite afirmar que aún en el cantón Latacunga, existe una tendencia mayor a la venta de productos, a la comercialización más que a la industrialización además de que prevalece en gran medida el mercado informal en la ciudad y esto afecta en gran medida a las pequeñas y medianas empresas, teniendo en cuenta que los comerciantes informales mantienen precios más bajos que en el comercio formal, más que los precios no son fijos, son negociables con el cliente, tienen una calidad aceptable en los productos por los consumidores, el lugar donde realizan sus ventas sigue siendo accesible a los consumidores para realizar sus compras y a su vez, se beneficia la población que tiene menos recursos económicos por el costo mínimo de los productos.

Los consumidores de la ciudad de Latacunga provincia Cotopaxi, tienden a tener preferencias por el comercio informal el mismo que de acuerdo con las encuestas realizadas se puede afirmar que las personas consumen más los productos que son comercializados por las calles, es decir, por personas que no pertenecen a ningún mercado o centro comercial de la ciudad o por personas que provienen de otras ciudades o provincias. Ya que cada vez los consumidores valoran mucho la presentación de ofertas ya sea dentro o fuera de los mercados o centros comerciales de la ciudad, o por influencias de un amigo/amiga por los consejos que los mismos brindan a los demás e incluso por las ganas de probar algo nuevo o incluso por curiosidad de conocer la calidad y atención que brindan los comerciantes informales.

Se hace necesario educar al consumidor para lograr la descentralización del mercado y la organización de los comerciantes informales y que de forma gradual, los consumidores vayan adoptando otros hábitos y puedan preferir las pequeñas y medianas empresas. Los propietarios de las empresas, mayormente las empresas que se dedican a la actividad comercial, afirman que los comerciantes informales afectan notablemente el desarrollo de sus negocios y su rentabilidad, considerando que muchos de los consumidores prefieren adquirir sus productos en las calles.

Por otro lado, para los comerciantes, el lugar donde sigue existiendo mayor venta es en las calles, razón principal para entender que se debe comenzar por transformar la cultura del consumidor y además para tener una mayor comprensión de por qué los comerciantes informales no aceptan la reubicación que propone el Gobierno Municipal de la ciudad, y su afán de no abandonar las calles, es que es donde único encuentran mayores ventas, dependiendo por supuesto, de los consumidores. Son factores externos que se deben considerar para fortalecer el sector empresarial de la ciudad, apuntando notablemente a transformar la cultura del consumidor y crear nuevos segmentos de mercado.

A criterio de la autora, se debe realizar y proponer estrategias que potencialicen la tendencia del consumidor a preferir el mercado formal, de manera que se pueda ir incorporando paulatinamente al comercio informal dentro de las regulaciones y normas establecidas para ejercer este tipo de actividad. Las autoridades deben analizar las alternativas más viables para la descentralización del mercado, considerando los intereses, gustos, preferencias, inclinaciones de los consumidores. Todo ello constituye un paso importante para consolidar el sector PYMES.

La situación actual de la pequeña industria se resume a continuación:

- a) Escaso nivel tecnológico.
- b) Baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos.
- c) Falta de crédito, con altos costos y difícil acceso.
- d) Mano de obra sin calificación.
- e) Producción se orienta más al mercado interno.
- f) Incipiente penetración de PYMES al mercado internacional.
- g) Ausencia total de políticas y estrategias para el desarrollo del sector.
- h) Son insuficientes los mecanismos de apoyo para el financiamiento, capacitación, y uso de tecnología.
- i) El marco legal para el sector de la pequeña industria es obsoleto.

No obstante, la pequeña industria en la ciudad de Latacunga, cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Principalmente se refieren a:

- a) Son factores claves para generar riqueza y empleo.
- b) Al dinamizar la economía, diluye los problemas y tensiones sociales, y mejora la gobernabilidad.
- c) Requiere menores costos de inversión.
- d) Es el factor clave para dinamizar la economía local y regional.
- e) Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales.
- f) Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector.
- g) El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso.
- h) Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación).
- i) Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado según Hidalgo (2011)

Al cruzar las respuestas de algunas preguntas (áreas en que necesita el servicio y sector donde se ubican las PYMES) que provienen del estudio diagnóstico, demuestran que existe en el sector centro norte de la ciudad de Latacunga un gusto y preferencia de los empresarios de PYMES (45 %); para los servicios de asesoría en administración, finanzas y marketing. En cambio en el sector norte de la ciudad de Latacunga existe un gusto y preferencia de los empresarios de PYMES (35 %); para los servicios de asesoría en informática, legal, logística y otras. Sin embargo, de forma general, como se ha venido mencionando, requieren mayormente de asesorías y desarrollo en las áreas financieras, administrativas y de Marketing.

De igual forma, los propietarios afirman, que para el correcto funcionamiento de sus organizaciones es importante la forma en que se maneja la comunicación interna y la toma de decisiones en torno a la estructura y a las partes fundamentales de la organización. Los problemas más comunes ocurren cuando estos elementos básicos no son considerados y se los deja de lado, o en su defecto, se los anula en la coordinación de las diversas actividades. Por tanto, el comportamiento organizacional, se apoya en actitudes, las cuales se siguen a menudo, determinando el éxito o adecuación de la institución.

Los directivos deben diagnosticar y comprender cómo ven las personas el clima de la organización, y con ello, tomar medidas pertinentes en beneficio de la institución y de los propios empleados. De ahí que la administración deba enfrentarse al movimiento generalizado a favor de mejores relaciones humanas; la filosofía de que “un trabajador contento es un trabajador productivo” aún opera. En este sentido, la administración debe apoyarse en métodos que permitan conocer el elemento humano, definir comportamientos, actitudes, motivaciones que junto con la personalidad del individuo, responderán de acuerdo a las influencias de su ambiente, a las necesidades empresariales. Existen numerosas falencias en cuanto a cómo manejar las empresas por parte de sus dueños o representantes, así como la falta de conocimientos para el diseño de estrategias orientadas a la atención al cliente, funcionamiento de la organización, control financiero, sistematización y estudio del mercado para afianzar los servicios o productos que se ofrecen; por lo que se hace necesario transformar esta realidad empresarial y apuntar al manejo adecuado de los recursos humanos y de la organización en general.

La investigación presentada, con el análisis de los datos que se han presentado, pretende inculcar y difundir la necesidad de promover el desarrollo de emprendimientos de forma organizada, con conocimientos previos, con el objetivo de que a través de consultorías y asesorías se pueda transmitir y consolidar el ánimo de iniciar negocios con previa planificación, estudios de mercados y de forma técnica y profesional. Por ende, es importante generar empresas de servicios enfocados en la organización de acciones de apoyo, acompañamientos y orientaciones para micro, pequeñas y medianas empresas, eventos de encadenamientos productivos y exposiciones para emprendedores; es decir, incorporar un servicio de atención integral para emprendedores y empresarios, que incluya capacitación empresarial y asistencia técnica en las áreas funcionales de la empresa, mejores prácticas que contribuyan a la formación de microempresas con innovación; así como información disponible de todos los programas y apoyos a pequeñas y medianas empresas, con especialistas capacitados para otorgar la asistencia y ayuda necesaria.

## 5. Conclusiones

Del análisis de resultados se puede concluir varias cuestiones entre las que destacan que:

- ✓ La mayor parte de PYMES comerciales son negocios minoristas.
- ✓ Tienen experiencia en el negocio mayor a 5 años.
- ✓ Los negocios que prevalecen en el área comercial son de: Víveres y Abarrotes, Calzado, Bazares, Ferreterías, Farmacias y Comercio de Gas mayormente.
- ✓ La mayor parte de clientes son de la ciudad de Latacunga, no teniendo un alcance mayor a mercados nacionales y regionales.

- ✓ Las PYMES comerciales no cuentan con proyección de ventas.
- ✓ El 97 % de las PYMES comerciales venden diversos productos unos de la misma línea y otros de líneas distintas.
- ✓ Las PYMES comerciales no segmentan el mercado, no realizan estudios de mercado ni tampoco se han preocupado por conocer y analizar la satisfacción de sus clientes.
- ✓ Los clientes de estos negocios se quejan por mala distribución interna, mal exhibición y mala atención al cliente básicamente.
- ✓ Las PYMES comerciales encuestadas fijan los precios de sus productos en función de un porcentaje de utilidad, no utilizan políticas promocionales en precios, ni analizan los precios de la competencia.
- ✓ Las PYMES no cuentan con políticas publicitarias ni promocionales para sus negocios lo que influye en su desarrollo. (Jiménez, Elizabeth, 2007).

Así pues, el mayor número de problemas que se puede observar es en el área de marketing, seguida por el área financiera y administrativa, que pueden deberse a varios factores como se los describe a algunos a continuación, pero sin dudas, afectan al desarrollo normal de la empresa y disminuyen su productividad. Los empresarios señalan que estos problemas se deben en gran medida al desconocimiento que poseen ellos y sus equipos de trabajo en lo concerniente a estrategias de marketing, técnicas para atención al cliente, manejo de ventas, planes estratégicos así como en el área financiera (mayormente en tributación) y administrativa.

Señalan también un número significativo de empresarios, que la incompetencia, el incumplimiento y la ineficiencia de las empresas y/o personas que han sido contratadas para el trabajo en estas áreas, también ha incidido significativamente, acotando que la provincia y el cantón carecen de equipos especializados, profesionales que puedan brindarles un servicio de calidad mayormente a las PYMES. Se hace indispensable entonces, enfocarse a generar un servicio de asesoría, consultas, seguimiento y capacitación a las pequeñas y medianas empresas que en su mayoría, requieren de ayuda para mejorar sus negocios, para ampliarlos y apuntar al diseño de estrategias viables desde la parte administrativa, financiera y organizacional.

## 6. Referencias

- Encuesta aplicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos al Sector Empresarial. Región Sierra. Ecuador, 2007.
- Hidalgo M., Sandoval V., Proaño C. (2011) *“Evaluación del uso de las TICS en el desempeño de las PYMES ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Latacunga,”* M.S. Tesis, Escuela Politécnica del Ejército. Extensión Latacunga, Ecuador.
- Jiménez, E. (2011). *“Impacto de los elementos de Marketing en las PYMES del sector comercial de la zona urbana de la ciudad de Latacunga,”* M.S. Tesis, Escuela Politécnica del Ejército. Extensión Latacunga, Ecuador.

# TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LAS PYMES COMERCIALES DE LA CIUDAD DE AMBATO

**Msc. Ana Lucia Quispe Otacoma**

[alquishpe3@espe.edu.ec](mailto:alquishpe3@espe.edu.ec)

*Docente del Departamento de Ciencias, Económicas, Administrativas y de Comerci,  
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador*

## **Resumen**

La gestión empresarial, de pequeñas y medianas empresas identificadas como PYMES, requiere replazar la infraestructura tecnológica, para la implementación de nuevos sistemas automatizados, como los Enterprise Resource Planning (ERP) que faciliten la concentración de información que permita la toma de decisiones oportunas que coadyuven al cumplimiento de sus objetivos. La situación actual de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) en el Ecuador respecto del uso y manejo de las Tecnologías de Información y comunicación es escasa bajo el parámetro de que Tecnologías de Información y Comunicación es el conjunto de elementos innovadores como bases de datos, internet, intranet, web, sistemas de información (Software) entre otras que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de gestión empresarial. Considerando lo mencionado anteriormente, se define a las Tecnologías de Información y Comunicación, como los componentes innovadores especialmente los sistemas de información que facilitan al ser humano, en este caso al empresario, una gestión confiable, eficaz, económica, ecológica y ética contribuyendo a la responsabilidad social corporativa con el país. Por tanto el objetivo principal de la investigación es la adaptación de un software libre ERP, como herramienta gerencial, que contribuye a la gestión empresarial de las PYMES comerciales.

**Palabras claves: PYMES, ERP, TIC's, gestión empresarial, innovador.**

## **Abstract**

Business management, small and medium enterprises identified as PYMES, replace the technological infrastructure required for the implementation of new automated systems, such as ERP's to facilitate the concentration of information to allow timely decisions that contribute to the fulfillment of their goals. The current situation of PYMES (Small and Medium Enterprises) in Ecuador regarding the use and management of information and communication technologies is scarce. Under the parameter that Information and Communication Technology is a set of innovative elements that interact in order to support the activities of management. Considering the above, the Information and Communication Technologies as innovative components that facilitate the human being, defined in this case the employer, a reliable, efficient, economic, ecological and ethical management contributing to corporate social responsibility with the country. It is therefore concluded that the adaptation of an open source ERP, as a management tool, helps the business management of commercial PYMES.

**Keywords: PYMES, ERP, TIC's, business management, innovative.**



## 1. Introducción

A nivel internacional, es indudable que el ambiente competitivo en el que se vive en el campo empresarial, requiere de promover los procesos y actividades de negocio que generan las ventajas competitivas de las empresas ante sus más fuertes competidores. El deseo de sobresalir ante la competencia ha permitido que se dé mayor importancia a las tecnologías de información y su alineación con las estrategias corporativas para mejorar sus procesos clave de negocio. Prueba de ello, es el incremento tan sustancial de adquisiciones de paquetes de software empresariales tales como el ERP (*Enterprise Resource Planning*), con el cual los directivos de las empresas esperan tener integradas todas las áreas, secciones o departamentos de la empresa que apoyan para la comercialización de sus productos.

Las empresas requieren aún más herramientas que les proporcionen control y centralización de su información, esto con el fin de tomar las mejores decisiones para sus procesos y estrategias empresariales. Los ERP son una solución robusta para aquellas empresas que buscan una solución universal a la centralización de información oportuna, veraz y precisa. La gestión empresarial, de acuerdo al Dr. Blanco (2011) busca el camino hacia la excelencia para desenvolverse en un mundo altamente competitivo, globalizado y tecnológico, al mando de la gestión está un líder que impulsa el logro de resultados positivos eficientes, eficaces, económicos, ecológicos y éticos que aporten al bienestar de los clientes internos y externos. Es así como podemos verla basada en la creatividad, la gestión tecnológica y la innovación deben estar presente en las organizaciones modernas de cualquier sector de la economía, sobre todo pequeñas y medianas empresas que deben insertarse a un mundo competitivo exigente. Esta gestión camina de mano con la Tecnológica de Información y Comunicación, es una estrategia que permite navegar satisfactoriamente en el mercado empresarial y en consecuencia, al desarrollo económico y social del ambiente en que se desenvuelve.

Por otra parte, las empresas como unidades de producción crean puestos de trabajo, impulsan y dan forma a la innovación, aceleran los cambios estructurales, aportan a la economía del país. En la mayoría de ellas, se requiere remplazar la infraestructura tecnológica, para la implementación de nuevos sistemas automatizados que faciliten la concentración de información que permita la toma de decisiones oportunas que coadyuven al crecimiento empresarial. Es importante señalar que el grado de capacitación de los involucrados en la generación de información ayuda al buen desenvolvimiento del sistema.

### 1.1 Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

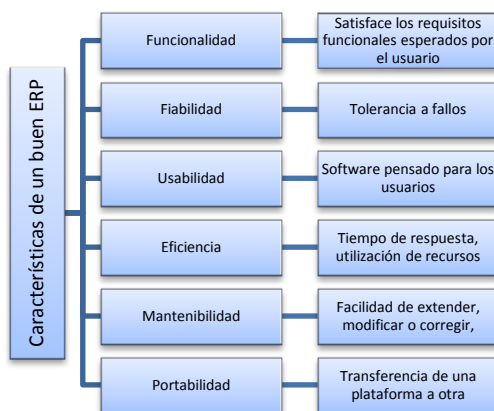
De acuerdo a Senn (2004), las Tecnologías de Información y Comunicación son el medio por el cual los datos fluyen de persona o departamento hacia otros, y puede ser concentrada, desde la comunicación interna y líneas telefónicas, hasta sistemas de cómputo que generan reportes para varios usuarios. Así entonces, Laudon y Laudon (2004), definen a las Tecnologías de Información y comunicación como componentes interrelacionados que capturan, almacenan, procesan y distribuyen la información para apoyar la toma de decisiones, el control, análisis y visión institucional. Las TIC es una propuesta innovadora de apoyo para la gestión empresarial, a través de los ERP (Enterprise Resource Planning-Planificación de Recursos Empresariales), que manejan la producción, logística, distribución, inventario, envíos, facturas y contabilidad de forma modular.

Los objetivos principales de los sistemas ERP son:

- Optimizar los procesos empresariales.
- Acceder a la información.
- Compartir información entre todos los procesos empresariales.
- Eliminar datos y operaciones innecesarias.

Las diferentes marcas creadoras de software ERP como SAP, Oracle, software libre tiene sus beneficios característicos. Por los costos y sabiendo el campo de aplicación (PYMES) se opta por un software libre siendo exigentes en sus objetivos. Un ERP es un sistema informático de administración gerencial que permite evaluar, controlar y gestionar de manera más fácil y precisa una empresa. En la actualidad un ERP es una necesidad, más aún cuando el volumen de información aumenta cada vez más y las decisiones se toman en base a información. De acuerdo a la Norma ISO 9126-1 las características de un buen software ERP:

**Figura 1.** Características de un buen ERP.



**Fuente:** Norma ISO 9126-1.

La creación de un sistema de ERP por lo general es larga y compleja, ya que implica rediseñar los esquemas de trabajo. Su implementación es de alto riesgo, ya que envuelve complejidad, tamaño, altos costos, además de inversión de tiempo; por tanto otra alternativa, es la selección técnica de software libre ERP adaptado a los requerimientos empresariales, que coadyuven a una eficiente gestión que beneficie positivamente a los trabajadores internos como a los clientes externos. En el mercado tecnológico existe los siguientes ERP para PYMES en software libre:

**Tabla 1.** ERP – Software libre.

| ERP       | Lenguaje Base | Licencia | Información           | País   |
|-----------|---------------|----------|-----------------------|--------|
| Adempiere | Java          | GPL      | Antecesor<br>Compiere | España |
| ERPNEXT   | JavaScript,   | GPL      | ERP para              | India  |

|         |              |                    |                |                   |
|---------|--------------|--------------------|----------------|-------------------|
|         | MySQL        |                    | PYMES          |                   |
| HeliumV | Java         | AGPL               | ERP para PYMES | Austria, Alemania |
| OFBiz   | Apache, Java | Apache License 2.0 | ERP para PYMES |                   |

**Fuente:** Elaboración Propia.

Al seleccionar un ERP a más de evaluar la funcionalidad, fiabilidad, usabilidad, eficiencia, mantenibilidad y portabilidad es considerar la flexibilidad para programar, estructura modular y sobre todo costos.

**Tabla 2.** ERP – Cuadro comparativo

| ERP       | Flexibilidad | Modular | Costos | Estatus            |
|-----------|--------------|---------|--------|--------------------|
| ERPNext   | Si           | Si      | Si     |                    |
| HeliumV   | Si           | Si      | Si     |                    |
| OFBiz     | Si           | Si      | Si     |                    |
| ADempiere | Si           | Si      | Mínimo | Tiene 4 libertades |

**Fuente:** Elaboración Propia.

Es considerado software libre cuando presenta libertad para los usuarios de: ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el software. Se caracteriza por las siguientes cuatro libertades:

**Libertad 0.-** Ejecuta el programa sin restricciones

**Libertad 1.-** Acceso al código fuente.

**Libertad 2.-** Redistribuye copias con propósitos de ayuda.

**Libertad 3.-** Distribución de versiones modificadas.

## 1.2 Gestión empresarial

Es la actividad ejercida por la persona al mando de la empresa que mejora la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión busca hacer las cosas mejor y rápido en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito de la gestión.

**Figura 2.** Información que requiere la gestión empresarial



**Fuente:** Elaboración Propia.

La gestión empresarial requiere conducir personas, manejar recursos y sobre todo información para la toma de decisiones. En este sentido se desprende que se haga referencia a:

- a. **CMI.- Cuadro de mando integral.-** Proporciona un modelo de medición basado en indicadores, financieros y no financieros, cuya finalidad es mantener en alerta el cumplimiento del plan estratégico.
- b. **Talento humano.-** Selección de personal idóneo, características del recurso humano que posee la empresa.
- c. **Clientes:** Administración de las relaciones con los clientes, permite la proyección de las ventas, el análisis histórico de las ventas por clientes, y el conocimiento del comportamiento de los clientes.
- d. **Compras.-** Eficiencia en el abastecimiento de productos, comparando precios, calidad, características de los proveedores, seleccionando al más idóneo, tendiendo a disminuir costos, mayor eficiencia operativa, y como consecuencia beneficios en la rentabilidad.
- e. **Administración.-** Representado por un plan estratégico que direcciona el accionar de la empresa.
- f. **Comercio electrónico.-** Uso del internet para hacer negocios. El diseño de la plataforma de negocios virtual debe considerar aspectos como seguridad, accesibilidad, y practicidad.

### 1.3 PYMES

El tamaño de una empresa se la puede catalogar según algunos parámetros y dependiendo de la región. Por ejemplo el Mercosur, establece como parámetros: el número de empleados y el volumen de ventas, así una PYME es catalogada como tal cuando el número de empleados es menor a 20 y el

volumen de ventas no rebasa los 400.000 dólares anuales. Así pues, PYME es un ente productivo o de servicios, que genera empleo y productividad en el país y permiten abastecer la demanda de productos y servicios de empresas nacionales, multinacionales e industrias que mueven al Ecuador. El tamaño está considerado de acuerdo al número de empleados efectivos, valor bruto de las ventas anuales o valor de activos totales.

**Tabla 3.** Clasificación de las empresas.

| Tamaño de empresa | Número empleados |
|-------------------|------------------|
| Micro empresa     | 1-9              |
| Pequeña empresas  | 10-49            |
| Mediana empresa   | 50-100           |
| Grande empresa    | >100             |

**Fuente:** Elaboración propia a partir del Glosario de Términos del Consejo Nacional de Competitividad.

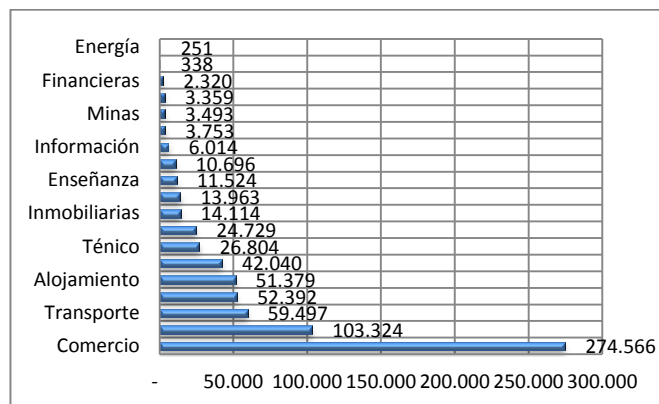
Las empresas registradas en el Ecuador presentan las siguientes actividades económicas:

**Tabla 4.** Empresas por actividad económica.

| Actividad       | Número | %      |
|-----------------|--------|--------|
| Comercio        | 74.566 | 38,97% |
| Agricultura     | 3.324  | 14,67% |
| Transporte      | 59.497 | 8,44%  |
| Manufacturas    | 52.392 | 7,44%  |
| Alojamiento     | 51.379 | 7,29%  |
| Otros Servicios | 42.040 | 5,97%  |
| Técnico         | 26.804 | 3,80%  |
| Construcción    | 24.729 | 3,51%  |
| Inmobiliarias   | 14.114 | 2,00%  |
| Salud           | 13.963 | 1,98%  |
| Enseñanza       | 11.524 | 1,64%  |
| Administrativos | 10.696 | 1,52%  |
| Información     | 6.014  | 0,85%  |
| Artes           | 3.753  | 0,53%  |
| Minas           | 3.493  | 0,50%  |
| Adm. Pública    | 3.359  | 0,48%  |
| Financieras     | 2.320  | 0,33%  |
| Agua            | 338    | 0,05%  |
| Energía         | 251    | 0,04%  |

|              |                |                |
|--------------|----------------|----------------|
| <b>Total</b> | <b>704.556</b> | <b>100,00%</b> |
|--------------|----------------|----------------|

**Figura 4.** Empresas por actividad económica.



**Fuente:** Censo Nacional Económico-CENEC-2010-INEC.

En el Ecuador existen 704.556 empresas de acuerdo al último Censo Nacional Económico del 2010 de las cuales 274.566 se dedican a la actividad económica del comercio representando un 39%. Categorizadas por Microempresa, Pequeña, Mediana y Grandes.

**Tabla 5.** Empresas en Ecuador y Tungurahua.

| <b>Tamaño de empresa</b> | <b>Ecuador</b> | <b>Tungurahua</b> |
|--------------------------|----------------|-------------------|
| Micro empresa            | 631.430        | 30.721            |
| Pequeña empresas         | 57.772         | 2.313             |
| Mediana empresa          | 11.797         | 411               |
| Grande empresa           | 3.557          | 95                |
| <b>Total</b>             | <b>704.556</b> | <b>33.540</b>     |

**Fuente:** Censo Nacional Económico-CENEC-2010-INEC

**Tabla 6.** Porcentaje de Empresas Ecuador y Tungurahua

| <b>Tamaño de empresa</b> | <b>Ecuador</b> | <b>Tungurahua</b> |
|--------------------------|----------------|-------------------|
| Micro empresa            | 89%            | 92%               |
| Pequeña empresas         | 8%             | 7%                |
| Mediana empresa          | 2%             | 1%                |
| Grande empresa           | 1%             | 0%                |
| <b>Total</b>             | <b>100%</b>    | <b>100%</b>       |

**Fuente:** Censo Nacional Económico-CENEC-2010-INEC.

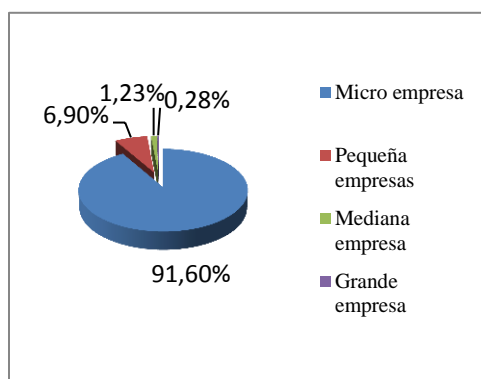
Según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 empresas se encuentra dentro de la categoría de MIPYMES (Microempresas, pequeña y mediana empresa). Esta tendencia demuestra la importancia que tiene este sistema productivo del Ecuador. Si consideramos a las PYMES (Pequeñas y Medianas) representa el 10% a nivel nacional y 8% a nivel de la provincia de Tungurahua. De las 2724 (2313+411) empresas registradas en Tungurahua el 60% están en la ciudad de Ambato.

**Tabla 7.** Empresas Ambato y Comerciales en Ambato

| Tamaño de empresa | Ambato | Comerciales |
|-------------------|--------|-------------|
| Micro empresa     | 18.433 | 7.189       |
| Pequeña empresas  | 1.388  | 541         |
| Mediana empresa   | 247    | 96          |
| Grande empresa    | 57     | 22          |
| Total             | 20.124 | 7.848       |

**Fuente:** Censo Nacional Económico-CENEC-2010-INEC.

**Figura 5.** Empresas comerciales de la ciudad de Ambato.

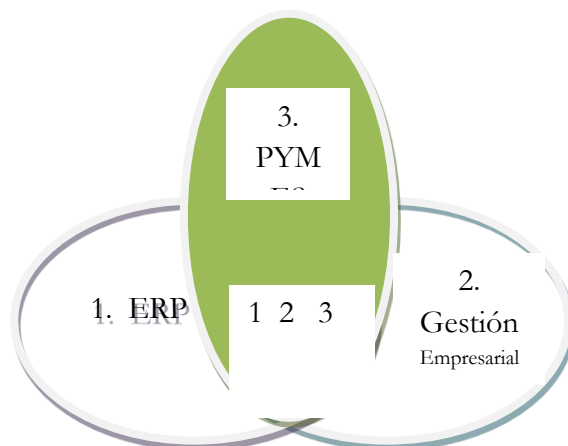


**Fuente:** Censo Nacional Económico-CENEC-2010-INEC.

De acuerdo a la investigación de campo las PYMES de la ciudad de Ambato requieren que el ERP resuelva eficientemente la gestión de inventarios, cuentas por pagar, ventas, compras, informes personalizados, contabilidad, tesorería, tributación y sobretodo información estratégica que llegue al gestor en forma rápida, oportuna y precisa. Se llega a estos datos a través de la vivencia del autor con el trabajo diario de algunas PYMES, encuestas a una muestra aleatoria representativa y entrevistas mediante el diálogo directo con gerentes de PYMES comerciales de la ciudad de Ambato. Las PYMES

necesitan un ERP que cubra sus necesidades, gestione los recursos empresariales, mejorando su estructura, complementando sus elementos, generando un software más funcional, fiable, eficiente, mantenible, portable y con mayor usabilidad.

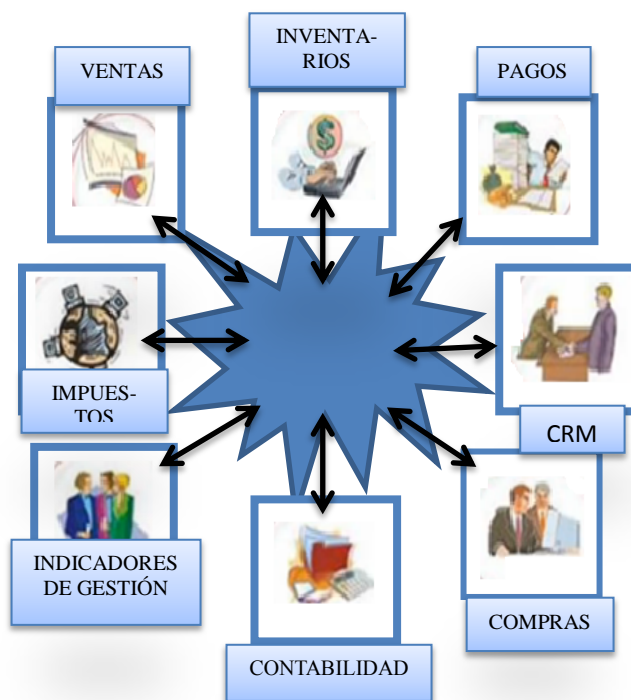
**Figura 6.** ERP123 para PYMES



**Fuente:** Elaboración Propia.

El ERP123 define un modelo de gestión empresarial, que abarca los siguientes componentes interrelacionados:

**Figura 7.** Componentes interrelacionados del ERP123.



**Fuente:** Elaboración Propia.



## 5. Conclusiones

A nivel local e internacional, es indudable que el ambiente competitivo en el que se desenvuelven las empresas más aún las PYMES, requiere de promover los procesos y actividades de negocio que generan las ventajas competitivas de las empresas ante sus más fuertes competidores. En el Ecuador la mayor parte de empresas son micros, pequeñas o medianas que requieren de un ERP-Planificación de Recursos Empresariales, que permita evaluar, controlar y gestionar de manera más fácil y precisa sus recursos optimizando los procesos, compartiendo información entre procesos, mayor acceso a la información, y eliminación de operaciones innecesarias. Dado el tamaño de las PYMES y la limitación de sus recursos financieros un ERP bajo software libre es preciso como el ERP123 que contiene componentes interrelacionados como CRM, ventas, inventario, pagos, impuestos, compras, contabilidad e indicadores de gestión que agilitan procesos y concentra información útil para la toma de decisiones empresariales.

## 6. Referencias

- Blanco, L. (2011): "*La informática en la dirección de empresas*". Felix Varela. La Habana.
- Censo Nacional Económico-CENEC-2010-INEC. Disponible en: <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/390> (Último acceso: 25 noviembre 2015).
- Diccionario de Informática y Tecnología (en línea). Disponible en: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/sistema.php>. (Último acceso: 25 noviembre 2015).
- Glosario de Términos del Consejo Nacional de Competitividad. [http://TecReferer=PPC\\_Google\\_Spanish\\_ERP\\_-ST-ERP1&gclid=CPLskNr80L4CFWsS7AodLh8AgQ](http://TecReferer=PPC_Google_Spanish_ERP_-ST-ERP1&gclid=CPLskNr80L4CFWsS7AodLh8AgQ). (Último acceso: 25 noviembre 2015).
- Laudon y Laudon (2004) "*Sistemas de información gerencial: Administración de la empresa digital*" 8va. Edición. Pearson Prentice Hall. México.
- Norma ISO 9126-1. Disponible en: [https://www.google.co.ve/?gfe\\_rd=cr&ei=k25bVtGEMKfa8gfGkaeABQ#q=Norma+ISO+9126-1](https://www.google.co.ve/?gfe_rd=cr&ei=k25bVtGEMKfa8gfGkaeABQ#q=Norma+ISO+9126-1) (Último acceso: 25 noviembre 2015).
- Senn, J. (2004): "*Information Technology: Principles, Practices, and Opportunities*", 3ra. Edición. Pearson Prentice Hall. USA.
- Technology Evaluation Center (en línea). Disponible en: <http://www.technologyevaluation.com/es/lng/evaluacion-sistemas-ERP-2014-1->



Centro de Investigación  
y Desarrollo Ecuador

ISBN 978-9942-21-291-7



9 789942 212917