

Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad

Entrepreneurship model and analysis of the determining factors for its sustainability

BORJA, Amarilis H. ¹
CARVAJAL, Héctor R. ²
VITE, Harry A. ³

Resumen

En la actualidad los emprendimientos se presentan como una alternativa para muchas personas que no tienen un trabajo estable o que desean iniciar su propio negocio, pero lamentablemente la falta de experiencia y de conocimientos, sumado al entorno en el que se desenvuelven, ha ocasionado que muchos de ellos cierren a los pocos años, esta es la razón para proponer un modelo de emprendimiento identificando factores que lo hagan sostenible en el tiempo.

Palabras clave: Emprendimiento, modelo de emprendimiento, sostenibilidad.

Abstract

At present, entrepreneurships are presented as an alternative for many people who do not have a stable job or who wish to start their own business, but unfortunately the lack of experience and knowledge, coupled with the environment in which they operate, has caused many of them close after a few years, this is the reason to propose an entrepreneurial model identifying factors that make it sustainable over time.

Key words: Entrepreneurship, entrepreneurship model, sustainability.

1. Introducción

La creación de riqueza y el dinamismo de la economía sobre la que se sustenta un país, se debe a la competitividad que presenten sus empresas, la cual depende mucho de la capacidad de los empresarios. El empresario puede detectar o crear oportunidades, muchas de estas se ejecutan por medio de micro, pequeñas y medianas empresas en los procesos de creación de nuevos productos, servicios y procesos productivos, nuevas estrategias y formas de organización y el acceso a nuevos mercados de productos. Esto hace que el emprendimiento se convierta en una gran fuerza económica, donde las personas encuentran oportunidades donde otros solo ven problemas, esta es la razón por la que el espíritu empresarial se ha convertido en el símbolo de la tenacidad y el logro empresarial, siendo una fuente vital de cambio en todas las facetas en las que se encuentra inmersa la sociedad.

¹ Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Técnica de Machala. lborja@utmachala.edu.ec

² Docente de la Facultad de Ciencias Agropecuarias. Universidad Técnica de Machala. hcarvajal@utmachala.edu.ec

³ Docente de la Facultad de Ciencias Agropecuarias. Universidad Técnica de Machala. hvite@utmachala.edu.ec

El emprendimiento inicia con una idea, generalmente con la cual se da inicio a un producto o servicio, el éxito de la idea depende de la audacia del emprendedor y la forma en la que busca materializar su empresa. En este sentido, se infiere que generalmente el emprendimiento se relaciona con la creación de nuevas empresas, nuevas estrategias o nuevos conceptos para aquellos productos o servicios ya establecidos o como ya se ha mencionado, el acceso a mercados inexplorados (Duarte, 2007). Son considerados un gran motor de la economía, contribuyendo al crecimiento económico, el desarrollo social y la formación de cultura empresarial.

Las oportunidades que aprovecha el emprendedor, existen por el hecho de que diferentes agentes poseen diferentes creencias sobre el valor de los recursos, por lo que la teoría del empresario se centra en la heterogeneidad existente en la creencia sobre el valor de los recursos. Para Mungaray, y otros (2015) el surgimiento de los emprendimientos se les adjudica a dos escenarios plenamente identificados, el primero se relaciona con la recesión económica, donde muy claramente el desempleo aumenta, ocasionando que el emprendedor tenga como opción, para mejorar o generar ingresos, el establecimiento de micro y pequeñas empresas; mientras que el otro escenario se presenta en un contexto de crecimiento económico, donde el empresario encuentra la oportunidad para poner de manifiesto su talento y creatividad.

Su presencia a nivel mundial es tan alta que, en la actualidad, las micro y pequeñas empresas representan el 95% de los negocios que se encuentran funcionando en el mundo, además de que los especialistas económicos y financieros mencionan que tienen innumerables ventajas frente a las grandes empresas. Entre las ventajas atribuidas a las micro y pequeñas empresas se encuentran las siguientes: mayor acercamiento a los clientes, lo que les permite conocer de mejor manera sus necesidades y satisfacerlas.

1.1. Revisión Teórica

El emprendimiento

El emprendimiento es el acto de crear un negocio o negocios con el cual se espera generar ganancias. Los emprendedores desempeñan un papel clave en cualquier economía, especialmente por el hecho de que a partir de sus habilidades y la iniciativa necesaria puedan anticipar las necesidades de los individuos y aportar con nuevas ideas en el mercado. En este sentido, la riqueza de los países y su dinámica económica se encuentra muy relacionada con la competitividad de las empresas, la cual, como ya se había manifestado depende en gran medida de las habilidades y capacidades que tienen los empresarios.

El emprendimiento ha estado presente a lo largo de la historia, se estima que el origen castellano de la palabra, se deriva del latín *in prendere* que significa *coger o tomar*, su uso estaba destinado principalmente para designar a los aventureros o militares. Mientras que, en la lengua española, la primera definición formal fue en el año de 1732, en una publicación denominada *Diccionario de las Autoridades*, cuyo significado se relacionaba con la persona que se dedica a ejecutar con alta resolución y empeño, operaciones que eran consideradas arduas. Ya para el siglo XVIII Richard Cantillon, fue el primero en otorgarle un significado comercial, describía a los individuos que manejan los factores productivos, considera el riesgo de la operación y oferta nuevos productos y servicios (Burnett, 2000).

El concepto de emprendedor ha evolucionado con el tiempo, las personas siempre han buscado el cambio, la innovación, por lo que ha explotado las oportunidades que se le presenten desde el origen de los tiempos. Para Shane & Venkataraman (2000) la evolución del concepto puede traducirse en el descubrimiento, la evolución y la explotación de oportunidades, lo cual incluye el lanzamiento de productos, servicios y procesos productivos, también puede considerarse a la implementación de nuevas estrategias, formas de organización e incursionar en nuevos mercados.

Se puede afirmar que a partir del siglo XX se han destacado diversos autores que han planteado desde diferentes perspectivas el estudio del fenómeno del emprendimiento, contribuyendo a la consolidación del emprendimiento como teoría económica y disciplina científica (Azqueta, 2017). El emprendimiento surge en el momento en que el individuo identifica la necesidad, y lleva a cabo los procesos, esfuerzos y actividades para satisfacerla, por medio de la creación de nuevos productos y servicios que generan valor, pero que también le otorga el poder de decisión en cuanto a los riesgos que serán asumidos.

Ya se ha mencionado la importancia del emprendimiento desde el ámbito económico, social e incluso político, pero de acuerdo a Paños (2017) este concepto también adquiere gran relevancia desde el ámbito educativo. Desde esta perspectiva, se menciona que el emprendimiento para muchos individuos, se ha convertido en la única oportunidad para mejorar sus condiciones de vida, es en este sentido que la universidad, por medio de proyectos y programas de mejora, debería ser quien plantee y lleve a cabo programas para el desarrollo de las destrezas y competencias, que permita la formación de profesionales con visión para identificar oportunidades y crear empresas, lo cual puede traducirse en el desarrollo del país.

Este es un análisis que no se encuentra lejos de lo enunciado por algunos autores como Aldana, Ibarra, & Loewenstein (2011) que indican que el emprendimiento es una disciplina y por lo cual esta puede ser aprendida. Desde la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) se han llevado a cabo diversas recomendaciones para que los temas relacionados con la educación y el emprendimiento puedan ser tomados en consideración. Desde el ámbito educativo, especialmente desde las aulas universitarias, se pueda ayudar a incrementar la capacidad que tienen los jóvenes para integrarse en el mercado laboral, conseguir mayores ingresos y adquirir competencias.

En los países en vías de desarrollo, generalmente se encuentran con empresarios que han desarrollado un gran potencial para identificar las oportunidades de emprendimiento, pero también es evidente la existencia de una proporción considerable de emprendimiento de subsistencia (OCDE, 2017). Es importante aclarar que los emprendimientos de subsistencia son aquellos que no disponen de las posibilidades, ya sean estas económicas, sociales y culturales para desarrollarse, siendo el principal motivo el hecho de que fueron creados por necesidad. Pueden encontrarse enmarcados dentro de lo que se conoce como economía informal, por lo que hasta se puede analizar como se desarrolla dentro de condiciones de vulnerabilidad, pobreza y exclusión social. Es muy posible que este tipo de emprendimiento, represente un alto porcentaje de aquellas empresas que no lograron desarrollarse.

Es en este contexto que el emprendimiento y la educación deben encontrarse relacionados y las propuestas curriculares de las instituciones de educación superior deben enfocarse no solo en el desarrollo de competencias y conocimientos para emprender, sino que también deben comprender el contexto económico, social y empresarial de los países, para hacer una propuesta formativa adecuada (Alvarado & Rivera, 2011). La tecnología y la innovación también marca una diferencia entre los emprendimientos de subsistencia y el de oportunidad. El emprendimiento se caracteriza por los bajos niveles de capital de trabajo, productividad y nivel tecnológico, y como ya se había mencionado, pocas probabilidades de permanencia, es probable que los emprendedores tengan bajo nivel educativo y por lo tanto sus emprendimientos se encuentren sujetos a sus habilidades prácticas.

Por otro lado el emprendimiento de oportunidad, tiene entre sus principales propósitos la realización profesional y personal del emprendedor, por lo general disponen de capital económico, social y cultural, tienen un considerable grado de formalidad. El emprendedor de oportunidad posee incluso un gran nivel educativo y posee considerables niveles de innovación y tecnología. Al hablar del emprendimiento también es importante mencionar el papel del emprendedor, debido a que el desempeño en su negocio es de gran significancia.

Para un emprendedor un factor que contribuye al desarrollo de su negocio es la motivación. Según varios estudios, muchos de los emprendedores inician sus empresas buscando una mayor seguridad en lo laboral, por lo que para Sánchez, et al., (2012) entender la manera en la que funciona la motivación en las decisiones de los individuos se convierte en uno de los principales factores para fomentar la actitud emprendedora. Mientras que McClelland (1965) destaca que la relación entre la motivación y los emprendedores se sustenta en la necesidad, la cual es la que conduce a individuos insatisfechos con sus recursos o que esperan lograr obtener rentas de sus ideas para subsistir, es lo que los convierte en emprendedores.

En lo que coinciden muchos autores es que el proceso que conlleva la formación de nuevas empresas y el surgimiento de nuevos empresarios es el resultado de la interacción de diversos factores como: el entorno, factores sociales, psicológicos, culturales y económicos, donde la creación de nuevas empresas se constituyen por: toma de iniciativa, disponibilidad de recursos, administración, autonomía y la toma de riesgos (Cordero, et al.,(2011).

En ocasiones el emprendimiento ha sido analizado desde un enfoque mucho más profundo, como Hidalgo et al., (2018) que indica que el concepto de emprendimiento está mucho más allá de la actividad de crear empresas, debido a que organizaciones ya establecidas y reconocidas pueden innovar e incluso generar nuevos negocios y proyectos que se originan de la evolución de los consumidores y a la necesidad de cubrir las nuevas necesidades, donde resalta la creatividad, la innovación y los riesgos, así como también la capacidad que tienen las empresas para la planificación y la gestión de los proyectos. El emprendimiento es importante para las naciones y en mundo tan globalizado como el actual, donde el internet se ha convertido en un gran protagonista, los emprendimientos han evolucionado, encontrando en las tecnologías y la red, una nueva forma de hacer negocios (Capsir, 2016).

En cuanto a los problemas a los que se enfrentan los emprendedores, parece existir un factor común parecer ser la falta o dificultad para conseguir financiamiento, también presentan problemas para lograr que su emprendimiento sea sostenible. Ante lo expuesto, se puede afirmar que el emprendimiento es una parte importante de las economías a nivel mundial. Contribuyen a la expansión de la economía, generando empleos, introduciendo nuevos productos y servicios y promoviendo mayores actividades en lo que respecta a la cadena de valor (Barkawi & Waddah, 2016). Los emprendedores son promotores de progreso, llegando a convertirse en agentes de cambio social y que se encuentran contribuyendo al desarrollo económico y social, en este sentido identificar los factores de emprendimiento y a partir de ellos generar un modelo es fundamental, lo cual también puede contribuir a su sostenibilidad y permanencia en el mercado.

Modelos de emprendimiento

Existen diversos modelos que analizan desde las diferentes perspectivas el emprendimiento, gran parte de estos modelos incluyen la oferta o propuesta de valor de la empresa y las actividades que esta lleva a cabo para producir o entregar sus productos o servicios (Cervilla & Puente, 2013). Por lo general estos modelos se sustentan en ciencias tan diversas que pueden ir desde la Psicología, pasando por el Derecho y la Economía (González & Gálvez, 2008). Debido a que surgen de la necesidad de encontrar la mejor manera de establecer un emprendimiento, algunos estudios se han dedicado a determinar aquellos factores que puedan llevar a los emprendimientos al éxito. En este sentido, Joyce & Paquin (2016) indica que deben ser considerados tres factores claves:

- Identificar como los recursos, funciones o aspectos claves de la organización entregan valor al cliente.
- La manera en que las partes se encuentran relacionadas dentro de la organización.
- Identificar como la empresa genera valor y crea ganancias por medio de estas relaciones.

Entre los modelos más utilizados por la connotación que representan son: Canvas, Timmos, Isun, donde cada uno posee sus características propias.

Modelo Canvas. Su representación en el conocido *lienzo del negocio* ha contribuido a que se popularice esta metodología para la comprensión de los negocios ya existentes y para diseñar, entender e innovar otros nuevos negocios. Este lienzo permite obtener un mejor detalle de las áreas que componen el modelo de negocio, expuestos en nueve elementos, conformados por su correspondiente pregunta de reflexión.

Modelo Timmons. Se fundamenta en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos. Para el modelo, un empresario de éxito es que el reúne y equilibra estos elementos. El emprendedor debe buscar una oportunidad, y al descubrirla, explotarla formando un equipo, reuniendo los recursos necesarios para comenzar un negocio que aprovecha la oportunidad.

Modelo Isun. Inicie Su Negocio (ISUN), es un programa dirigido hacia empresarios que se encuentran por iniciar un negocio, además de poseer ya una idea concreta. Es un programa de formación que incluye trabajo de campo y apoyo post - capacitación. Tiene una duración aproximada de 5 días y ofrece asesoría para iniciar una empresa, diseñar un plan de negocio y evaluar la viabilidad del proyecto (Majurin, 2014).

Modelo GEM. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un proyecto de investigación que se inició debido a la necesidad de disponer de información relevante y que tenga alcance a nivel internacional, donde son analizadas las características del emprendimiento y sus diversas fases. Desde su concepción, el GEM ha puesto sus principales esfuerzos por desentrañar las complejas relaciones entre emprendimiento y desarrollo. El GEM adopta una aproximación comprensible y considera la función que desempeñan las nuevas y pequeñas empresas y cómo estas actividades emprendedoras se desarrollan dentro de un país, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento (Amorós, 2011).

2. Metodología

La investigación de la presente investigación es aplicada, la misma que tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en sector productivo, ofreciendo también un gran valor agregado para el uso de conocimiento que proviene de la información básica (Lozada, 2014). De esta manera, se busca llevar a la práctica a las teorías generales del emprendimiento y determinar la incidencia que tendrá en el crecimiento empresarial las micro y pequeñas empresas. De esta manera a partir de la teoría y de la información recabada a lo largo de la investigación, se planteará un modelo de emprendimiento.

La investigación se realiza desde un enfoque cualitativo, donde se espera captar reflexivamente los significados sociales (Salgado, 2007), siendo que la investigación busque la naturaleza profunda de las realidades, la relación y la estructura dinámica, lo que se verá reflejado en el manejo textual del resultado de las encuestas y las entrevistas llevadas a cabo. La población de la investigación comprende a los emprendedores de la ciudad de Machala, cuya selección de la muestra responde a la base de datos del Sistema de Rentas Internas (SRI), el mismo que se encuentra en un portal oficial, siendo encuestadas un total de 449 micro y pequeñas empresas. Los datos obtenidos en la encuesta se analizaron estadísticamente lo que permitió la obtención de información numérica relevante que permite la interpretación cualitativa de la realidad estudiada (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

El interés que se encuentra presente en la investigación es el de determinar los factores que hacen posible la sostenibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de identificar la existencia de una relación entre los modelos de emprendimientos que fueron aplicados y su relación con su aseguramiento y posicionamiento. En cuanto a las técnicas de recolección de datos, como ya se había manifestado, las encuestas, entrevistas y el análisis documental. La información recabada de los emprendedores de la ciudad de Machala, fue procesada a través de un programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) permitiendo enunciar conclusiones, recomendaciones y la propuesta del Modelo de Emprendimiento.

3. Resultados

La información existente sobre las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Machala ha sido limitada, lo que ha imposibilitado conocer su real situación económica, social, estructura y participación en la economía. Las encuestas realizadas, permitió la obtención de información valiosa, que sirvió de base para la caracterización de este tipo de empresas, conociendo sus fortalezas y debilidades, lo que fue fundamental para el diseño del modelo de emprendimiento. La presencia de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Machala es muy amplia, algo que se evidencia en la Tabla 1, donde se expone la estructura de las empresas existentes en la ciudad de Machala.

Tabla 1

Tamaño de la empresa. Machala - El Oro. Año 2017

Tipo de empresa	Número de empresas
Microempresa	17.564
Pequeña empresa	1.891
Mediana empresa "A"	281
Mediana empresa "B"	183
Grande empresa	96

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

El perfil de los empresarios es el siguiente: en el ámbito legal el 99% de los emprendimientos han sido conformados por la figura de persona natural, lo que le permite asumir de forma directa y responsable todas las obligaciones que se generan en la organización. El 52% de los emprendedores son de género femenino, mujeres jóvenes, que residen en los sectores urbanos, que en su mayoría se dedican de forma exclusiva a sus negocios. Su edad se encuentra comprendida entre los 30 y los 50 años.

En cuanto a su formación académica el 46.8% de los emprendedores encuestados tienen educación media, es decir han cursado o culminado la secundaria, el 37% tienen estudios secundarios, y en menor medida 16% tiene únicamente estudios primarios.

Gran parte de la actividad emprendedora en la ciudad de Machala se originó por visión empresarial (55.95%); seguido de la necesidad, debido a la falta de fuentes de empleo (23.2%), siendo el establecimiento de estos pequeños negocios la única fuente de sus ingresos.

Un tema de gran interés para este trabajo investigativo, lo representa la permanencia del negocio; autores como Sepulveda y Gutiérrez (2016) mencionan que, pese a que el impacto de los emprendimientos en la economía de los países es indiscutible, es importante que sea garantizada su sostenibilidad en el tiempo, generando valor. Pero un hecho que no pasa desapercibido, es la manera en como los emprendimientos desaparecen en unos pocos años. Los emprendedores, como no puede ser de otra manera, inician con mucho entusiasmo sus empresas, y dentro de sus propósitos se encuentra el alcanzar el éxito. Sin embargo los estudios demuestran que muchas de estas empresas no alcanzan la madurez, especialmente las micro y pequeñas empresas, y es probable que desaparezcan en poco tiempo. La permanencia de este tipo de empresas en la ciudad de Machala, en la mayoría de los casos supera los 5 años (66.6%), mientras que el 33.4% desaparece antes de cumplir la media estimada. Si bien los porcentajes de permanencia superan a los de otras regiones y al del Ecuador en general, es preocupante que aun así, que el porcentaje de micro y pequeñas empresas que desaparecen no es menor.

El problema puede encontrarse en el hecho de que las empresas no se encuentran preparadas para enfrentarse a un mundo tan cambiante, donde los gustos y preferencias de los consumidores se encuentra en constante evolución, la competitividad de las empresas, la oferta de productos y servicios de calidad e innovadores sumado a una mejor gestión administrativa, aunque es importante aclarar que entre las ventajas con las que cuentan las

micro y pequeñas empresas es su adaptación a los cambios, si éstas no poseen los recursos necesarios, tienden a desaparecer.

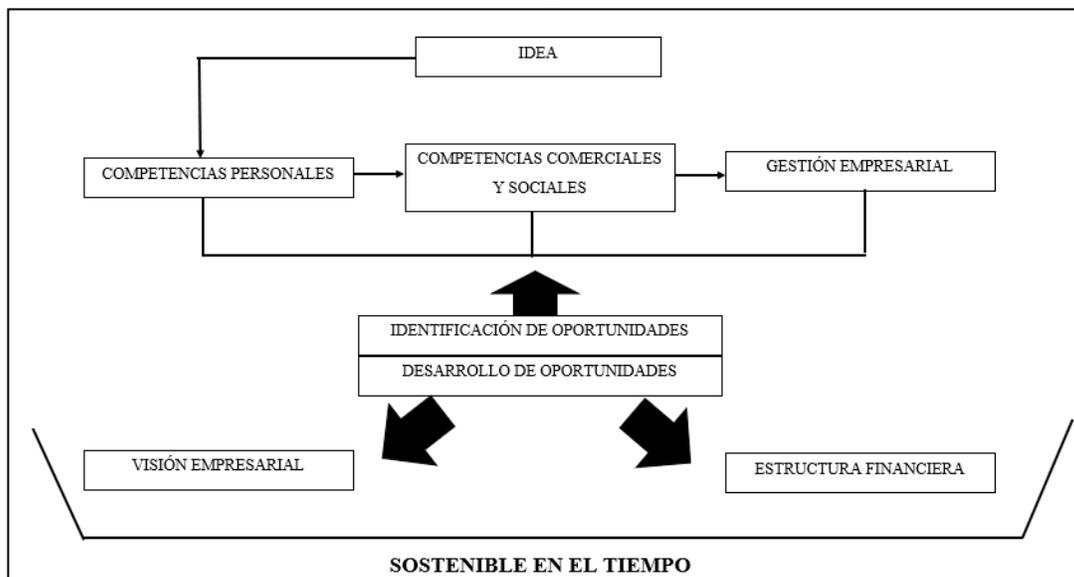
En cuanto a la implementación y uso de un Manual de Normas y Procedimientos, únicamente el 29.8% de los emprendimientos se han preocupado por implementar su uso, es decir una gran parte de los emprendimientos no posee una cultura empresarial definida, ocasionando que la empresa funcione sin ningún tipo de protocolo de funcionamiento que ofrezca soporte a la estrategia empresarial, por lo que este tipo de empresas no terminan siendo sustentables en el tiempo.

Uno de los principales problemas a las que se enfrentan las micro y pequeñas empresas, es la falta de apoyo por parte de las instituciones del Estado, lo que les impide acceder a los recursos indispensables para lograr el desarrollo y la consolidación. En cuanto al financiamiento, este se ha convertido en un tema de gran relevancia debido a la dificultad que tienen los emprendedores para acceder a créditos. Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2017) son diversos los obstáculos a los que se enfrentan los pequeños empresarios, entre estos se encuentran, el alto costo de los créditos, la escasa confianza de las entidades financieras hacia los proyectos presentados por los empresarios, la burocracia entre otros.

3.1. Modelo de emprendimiento

La encuesta llevada a cabo a las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Machala ha contribuido en la identificación de los problemas y las fortalezas que tienen este tipo de empresas. Esta información ha sido de tal relevancia que ha permitido la elaboración de un modelo de emprendimiento en este sentido el análisis de los problemas contribuye a superar los aspectos negativos que se encuentran enfrentando los emprendimientos de la ciudad, mientras que el análisis de las fortalezas permite el crecimiento del emprendimiento y su sostenibilidad en el tiempo. La propuesta del modelo de emprendimiento comprende los siguientes factores: a) idea del negocio; b) competencias personales; c) competencias comerciales y sociales; d) gestión empresarial; e) visión empresarial y f) estructura financiera. Gráficamente el modelo de emprendimiento puede ser representando tal y como se evidencia en la Figura 1.

Figura 1
Modelo de emprendimiento



Los factores que forman parte del modelo de emprendimiento serán analizados a continuación.

3.1.1. Idea del Negocio

A pesar de que la idea de negocio sea muy buena y sea llevada con éxito a través de la creación de una empresa, el emprendedor debe tener muy claro que la empresa se mantendrá exitosa si conserva siempre el mismo interés, el cual debe ser el satisfacer al cliente (Van der Heijden, 2001).

Autores como Gabrielsson & Politis (2012) mencionan que la experiencia laboral que tienen los emprendedores a lo largo de su vida los expone a las ideas personales y hasta en ocasiones únicas sobre los problemas que tienen los clientes, mercados viables, disponibilidad de productos y recursos competitivos que pueden ser una clara influencia para poder identificar las necesidades insatisfechas. Estas ideas pueden conducir hacia la generación de la idea de negocio o establecer nuevas o mejores formas de ofrecer los servicios, la creación de nuevos productos o la mejora de los ya existentes que se conectan a las necesidades insatisfechas que tienen las personas y por las cuales se encuentran dispuesta a pagar.

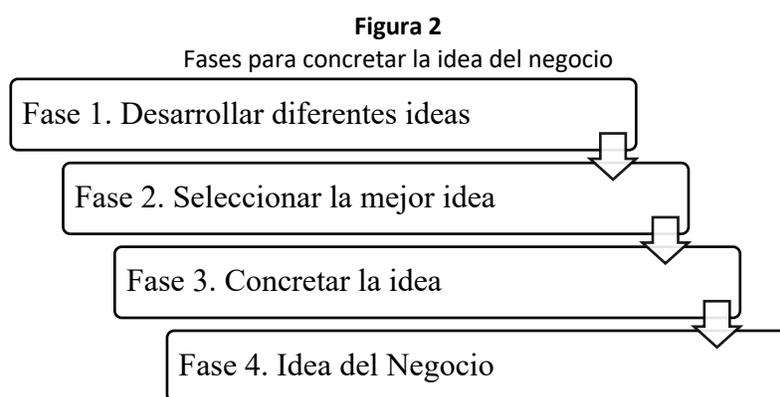
En este sentido, y de acuerdo a lo mencionado por Duarte (2007) la idea de negocio debe ser analizada a partir de 3 situaciones:

Una idea no es necesariamente una oportunidad, es importante que se estudie si la idea es factible desde los enfoques: financiero, tecnológico, mediambiental, legal o de comercialización. Si alguno de estos enfoque no recibe una respuesta positiva, es muy probable que el emprendimiento no sea factible.

La idea debe ser original, si otras personas ya ha explotado esta idea, es importante ofrecer una nueva percepción o experiencia sobre el producto o servicio al cliente.

Cubrir una necesidad insatisfecha, la oportunidad se encuentra en cubrir esa demanda.

El emprendedor debe considerar que la idea de negocio es el punto de partida de cualquier proyecto y llevarla a cabo, puede ser algo que no se realice de forma inmediata, el emprendedor debe estar en capacidad de hacer los análisis correspondientes que permitan que su emprendimiento tome forma que que este no fracase. De acuerdo a Consenz & Noto (2017) la herramienta clave para formalizar y desarrollar ideas de negocios, es el diseño de una estructura estratégica y organizativa de un negocio incipiente y el proceso por el cual se crea valor y se generan ingresos. En este sentido y conociendo su importancia, para diseñar y concretar la idea del negocio, se proponen una serie de fases que se describen en la figura siguiente:

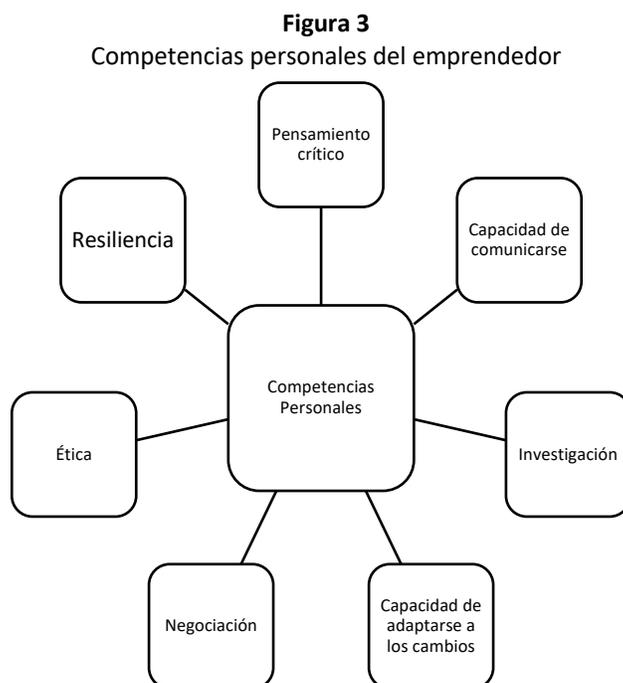


La ejecución correcta de las fases conduce a determinar de forma clara y viable la idea del negocio.

3.1.2. Competencias personales

Este punto se refiere a las capacidades que tienen los individuos para emprender. Para Gómez, et al., (2018) el perfil del emprendedor debe encontrarse fundamentado en las habilidades, conocimientos y características que tienen los individuos para llevar a cabo sus ideas, sin que tenga miedo a emprender, logrando las metas y

objetivos propuestos. Las competencias personales que deben ser desarrolladas por los emprendedores se relacionan con los siguientes aspectos:



Pensamiento crítico. El desarrollo del pensamiento crítico le permite desarrollar la habilidad y actitud para analizar, argumentar y aplicar la lógica sobre los conocimientos y procesos. Debido a que el emprendedor toma decisiones todos los días que afectan al éxito de sus productos, para tomar las mejores decisiones debe pensar de manera crítica y rápida que le permita detectar cualquier falla en los procesos (Goodman, 2013).

Capacidad de comunicarse. Gran parte del éxito del emprendedor se encuentra determinado por su habilidad para comunicarse. El empresario puede ser el mejor en su campo, pero si no se comunica de manera efectiva con los clientes, el personal y el mercado, podrá perder muchas oportunidades (DeMers, 2014).

Investigación. La investigación puede ser muy beneficiosa para el emprendedor y su negocio. El investigar y encontrarse en constante actualización de sus conocimientos ayuda a que las personas desarrollen sus habilidades intelectuales a conocer la realidad de su entorno y reconocer las necesidades insatisfechas.

Capacidad de adaptarse a los cambios. Una de las competencias más importantes que puede tener un emprendedor es el de adaptarse a los cambios. Todos los profesionales deben mostrarse ágiles frente a los cambios y el conocimiento que se adquiere en el proceso es fundamental.

Negociación. Todo es negociación bajo cualquier condición y en cualquier momento, y saber negociar es una capacidad imprescindible en los emprendedores. Debe saber cómo llegar a acuerdos, y que estos sean beneficiosos para todas las partes.

Ética. Los emprendedores en la actualidad se enfrentan a grandes desafíos éticos para los que deben encontrarse preparados. Dentro del comportamiento ético que deben tener los empresarios, debe destacarse la importancia de ofrecer un producto o servicio de calidad por el que los clientes pagan un precio justo, pagar salarios justos y acorde a la ley a sus empleados, cumplir puntualmente con sus obligaciones tributarias, entre otros aspectos.

Resiliencia. Capacidad que tienen los emprendedores para sobreponerse a los momentos críticos y adaptarse a cualquier situación que no esperaba. La resiliencia es producto de las experiencias del emprendedor, de los aprendizajes tomados de sus vivencias.

Muchas de las competencias nombradas para el siguiente modelo no son innatas, pueden ser desarrolladas a partir de la experiencia y de la capacidad de aprender que demuestre el emprendedor.

3.1.3. Competencias comerciales y sociales

Como ya se había mencionado anteriormente, el emprendedor debe encontrarse en la capacidad de negociar. La habilidad para vender es fundamental para la empresa y una competencia imprescindible en el empresario, debido a que la mayor responsabilidad recae sobre las decisiones comerciales que sean claves y que al mismo tiempo le den al emprendimiento la oportunidad de una mayor permanencia en el mercado. Para llevar a cabo ventas exitosas debe tener en consideración aspectos como la calidad del producto o servicio, un servicio de ventas satisfactorio para los clientes, atender los requerimientos de los clientes, un efectivo servicio al cliente y lo que logrará la fidelización con la empresa.

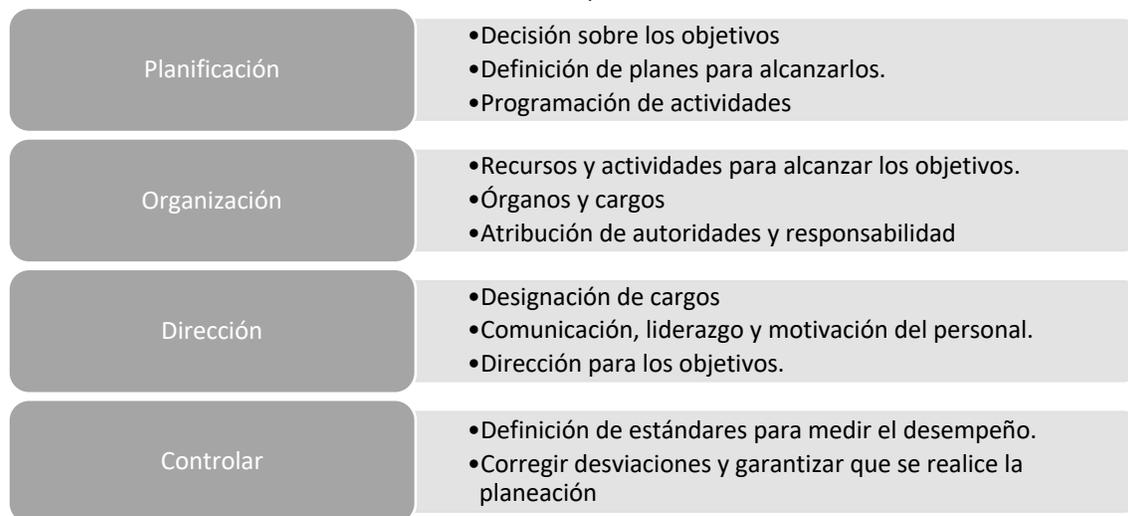
En cuanto a las competencias sociales, si bien el emprendedor se llega a identificar como una persona que inicia una acción creativa e innovadora donde llega a asumir el riesgo, pero también debe tener tolerancia a la frustración y a la insatisfacción (Becerra, 2015). Lidar con los aspectos negativos, también forman parte de las competencias sociales. El emprendedor debe saber negociar en todos los aspectos, debe tener liderazgo apoyar y guiar a sus colaboradores y por último debe tener espíritu de cooperación, trabajar en colaboración con otros emprendedores y con las personas que forman parte de su organización.



3.1.4. Gestión empresarial

En las empresas se llevan a cabo diversas actividades con un propósito en común, alcanzar las metas planteadas en la organización, en este sentido la gestión empresarial es fundamental debido a que es necesaria la planificación para gestionar de forma adecuada todas las actividades. Sin importar el tamaño de la empresa, la planeación es fundamental para su éxito, debido a que de ella dependen todas las funciones administrativas, permitiendo reducir la incertidumbre y minimizar también los riesgos.

Figura 5
Gestión empresarial



La gestión empresarial es un concepto que ha experimentado una gran evolución, especialmente realcionada con la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación que contribuyan en la mejora de los productos y servicios entregados, generando la satisfacción en los consumidores (Moreno & Dueñas, 2017).

3.1.5. Visión empresarial

Muchos estudios teóricos afirman que tener clara la visión para la empresa es necesario para su sostenimiento, especialmente en el largo plazo, pero aún permanecen organizaciones que no comprenden la implicancia de esa aseveración (González, et al., 2010). La visión empresarial hace que la organización crezca, ayuda a posesionarla en el mercado.

Figura 6
Visión empresarial

1. Detectar oportunidades
2. Innovar o crear
3. Superar las adversidades
4. Adaptación a los cambios
5. Dirección
6. Tomar riesgos

Aunque a veces la visión se considera como sinónimo de la misión, son dos conceptos totalmente diferentes, la visión es la meta al largo plazo que la organización espera alcanzar y además también es la filosofía, es decir el conjunto de valores humanos sobre las cuales funciona la empresa, es decir, comunicación, espíritu de grupo y participación.

3.1.6. Estructura financiera

La estructura financiera, aún es un tema que genera gran debate, especialmente para las empresas que recién surgen, la principal dificultad que presentan en cuanto a los recursos financieros es el acceso a los créditos, tanto para iniciar el negocio como para cubrir o ampliar sus operaciones. Otro factor de análisis en este punto es la

deuda que adquieren las empresas para sus operaciones. De esta manera, si las decisiones de endeudamiento no son adecuadamente planificadas, este en lugar de generar valor, puede hacer que la empresa fracase. En este sentido, una de las decisiones con mayor importancia a la que se enfrentan los emprendedores, es el de determinar cuales son las fuentes más confiables de financiamiento y que porcentaje sería el que se va a financiar sobre el total de los recursos necesarios para poner en marcha el emprendimiento.

4. Conclusiones

En el presente estudio se plantea la existencia de un conjunto de factores que pueden influir de manera positiva en la puesta en marcha de los emprendimientos. Los factores mencionados son: a) la idea del negocio, b) competencias personales, c) competencias comerciales y sociales, d) visión empresarial, y, d) estructura financiera. El papel de la motivación también es destacable, principalmente por los rasgos actitudinales y la presencia de oportunidades en el mercado. La educación también es un factor relevante, donde resulta válido el papel que realiza la universidad, con una gran responsabilidad en la motivación para el desarrollo de ideas innovadoras y que estas sean sostenibles.

El emprendimiento contribuye al desarrollo de los países por lo que además de un modelo de emprendimiento, también se necesita de políticas públicas que favorezcan las condiciones para su adecuado desarrollo, leyes e instituciones que funcionen con transparencia, ofrecer programas de financiamiento para los micro y pequeños emprendimientos, la generación de infraestructura, la innovación y desarrollo empresarial.

Referencias bibliográficas

- Alavarado, O., & Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 61-74. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225019868005.pdf>
- Aldana, E., Ibarra, M., & Loewenstein, I. (2011). El modelo de negocios como reforzador del emprendimiento en las universidades. Caso del Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(26), 185-201. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151322415004.pdf>
- Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*(46), 1-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/716/71617238002.pdf>
- Azqueta, A. (2017). El concepto del emprendedor: origen, evolución e interpretación. *Siempre* 17.
- Barkawi, & Waddah. (2016). The dynamic new trends of entrepreneurship. *Entrepreneur Middle East*, 1-8.
- Becerra, L. (2015). Diferencias en las habilidades emprendedoras desde la categoría género en los y las estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Cooperativa de Colombia. *Innovación y emprendimiento*, 11(18), 1-12.
- Burnett, D. (Septiembre de 2000). *The Supply of Entrepreneurship and Economic Development*. Obtenido de Technopreneurial.com/: <http://technopreneurial.com/articles/supply.asp>
- Capsir, I. (09 de Mayo de 2016). *La actualidad, época de emprendedores gracias a la red*. Obtenido de Emprenem: https://emprenem.ara.cat/blogs/economia-i-finances-per-a-tothom/actualidad-epoca-emprendedores-gracias-red_6_1573702627.html

- Cervilla, M., & Puente, R. (2013). Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la pirámide. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*(19), 289-308. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992009.pdf>
- Consenz, F., & Noto, G. (2017). Turning a business idea into a real business through an entrepreneurial learning approach based on dynamic start-up business model simulators. *1st Business Model Conference on "Configuring the business model knowledge"*, (págs. 1-16). Italia.
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., & Delgado, J. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *MASKANA*, 2(2), 27-37. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf>
- DeMers, J. (10 de Noviembre de 2014). *7 Communication Skills Every Entrepreneur Must Master*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/239446>
- Duarte, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 2(3), 45-56.
- Gabrielsson, J., & Politis, D. (2012). Work experience and the generation of new business ideas among entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(1), 48-74.
- Gómez, C., Silva, M., & González, Y. (2018). El Perfil de los Empresarios y la Creación de Empresas en el Municipio de Villa Hidalgo, Jal. *Conciencia Tecnológica*(55), 1-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/944/94455712002/94455712002.pdf>
- González, C., & Gálvez, É. (2008). Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*(40), 13-31. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/716/71612100003.pdf>
- González, J., Manrique, O., & González, O. (2010). La visión gerencial como factor de competitividad. *Revista EAN*(69), 42-59. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n69/n69a04.pdf>
- Goodman, N. (29 de Abril de 2013). *How to Improve Your Critical Thinking Skills and Make Better Business Decisions*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/226484>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL .
- Hidalgo, M., Hidalgo, M., Cerda, M., Chango, J., Franklin, G., & Martínez, F. (2018). Competencias emprendedoras en las Universidades. *Revista Órbita Pedagógica*, 5(1), 1-8. Obtenido de <https://itsvicenteleon.edu.ec/cidivl/wp-content/uploads/2019/08/Competencias-emprendedoras-en-las-universidades-Milton-Hidalgo-Achig.pdf>
- Joyce, A., & Paquin, R. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*(135), 1474-1486. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652616307442>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CIENCIAMÉRICA*, 3, 34-39.
- Majurin, E. (2014). *Inicie y Mejore su Negocio (IMESUN). Guia de Implementación*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

- McClelland, D. (1965). *Achievement motivation can be developed*. Houston: American Institute of Motivation.
- Moreno, J., & Dueñas, B. (2017). La administración de empresas: emprendimiento y gestión. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 829-837.
- Mungaray, Alejandro, Osuna, J., Ramírez, M., Ramírez, N., & Escamilla, A. (2015). Emprendimientos de micro y pequeñas empresas mexicanas en un escenario local de crisis económica: El caso de Baja California, 2008-2011. *Frontera Norte*, 27(53), 115-146. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/136/13632991005.pdf>
- OCDE. (2017). *International Economic Forum Latin America and the Caribbean*. Paris: OCDE.
- Paños, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20(3), 33-48. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2170/217052050003.pdf>
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit. Revista de Psicología*, 13, 71-78.
- Sánchez, J., Aldana, R., De Dios, S., & Yurrebaso, A. (2012). La motivación y la intención emprendedora. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(4), 521-531. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/72045954.pdf>
- Sepulveda, C., & Gutiérrez, R. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73), 33-49. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29045347003.pdf>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Van der Heijden, K. (2001). Back to basics:exploring the business idea. *Strategy & Leadership*, 29(3), 13-18.