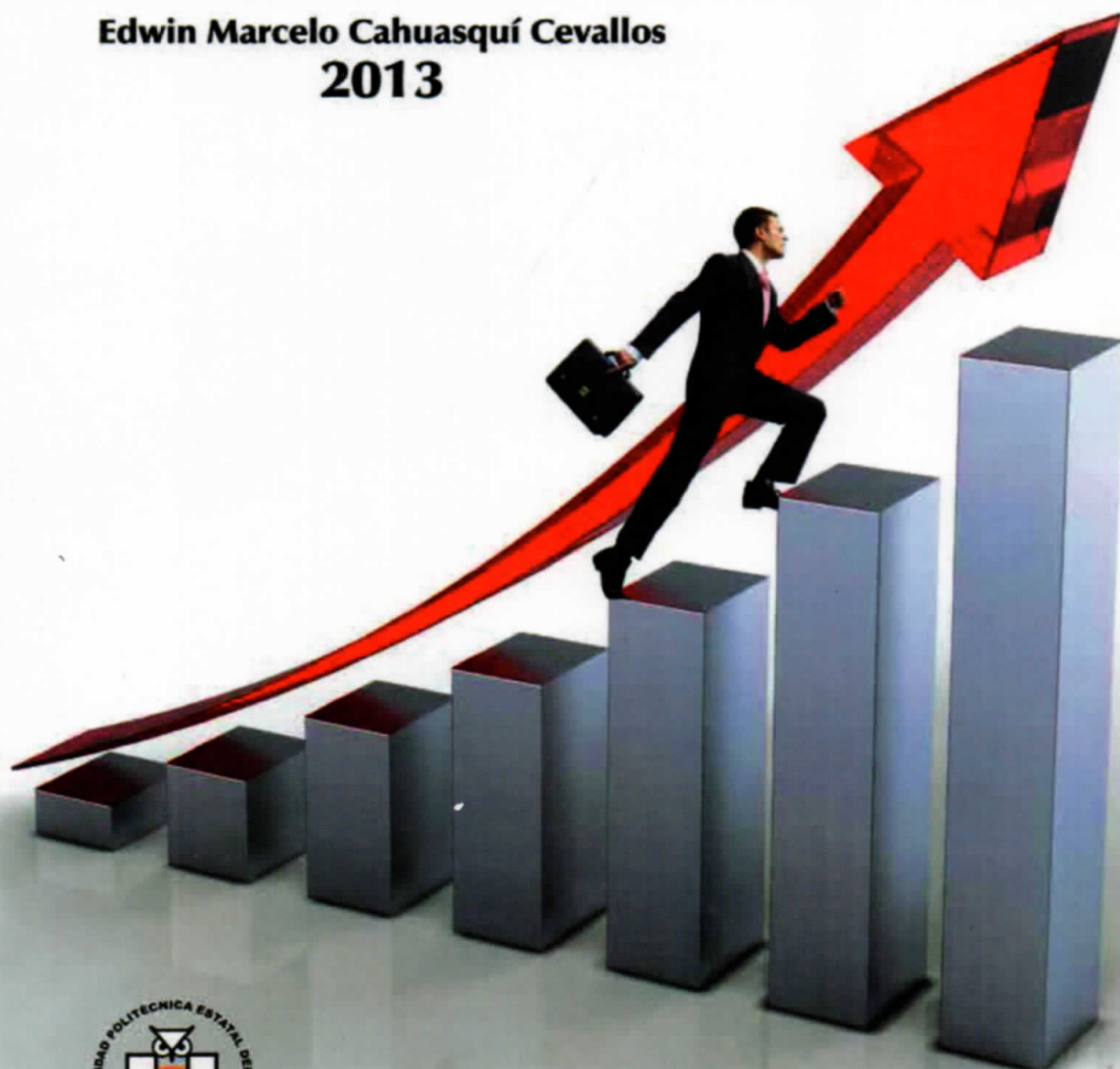


PERFIL DEL EMPREENDEDOR DEL NORTE DEL ECUADOR

Estudio de las características personales, educativas y socio-productivas de los pequeños y medianos emprendedores de las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos

Edwin Marcelo Cahuasquí Cevallos
2013



PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL NORTE DEL ECUADOR

Estudio de las características personales, educativas y socio-productivas de los pequeños y medianos emprendedores de las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI.

Dr. Hugo Ruiz Enríquez
RECTOR

AUTOR:

MSc. Edwin Marcelo Cahuasquí Cevallos

Docente Investigador Escuela de Administración de Empresas y Marketing

LIBRO REVISADO POR:

Magíster César Arlindo Pinto Acosta (Docente Universidad Técnica del Norte - Ecuador)

Magíster Ney Fernando Mora Grijalva (Docente Universidad Técnica del Norte - Ecuador)

ISBN 978-9942-914-16-3

Derecho de Autor N° 042908

CP.UPEC 300.338.7/2013

Primera Edición

Diciembre 2013

Tulcán - Carchi - Ecuador

COMISIÓN DE PUBLICACIONES-UPEC

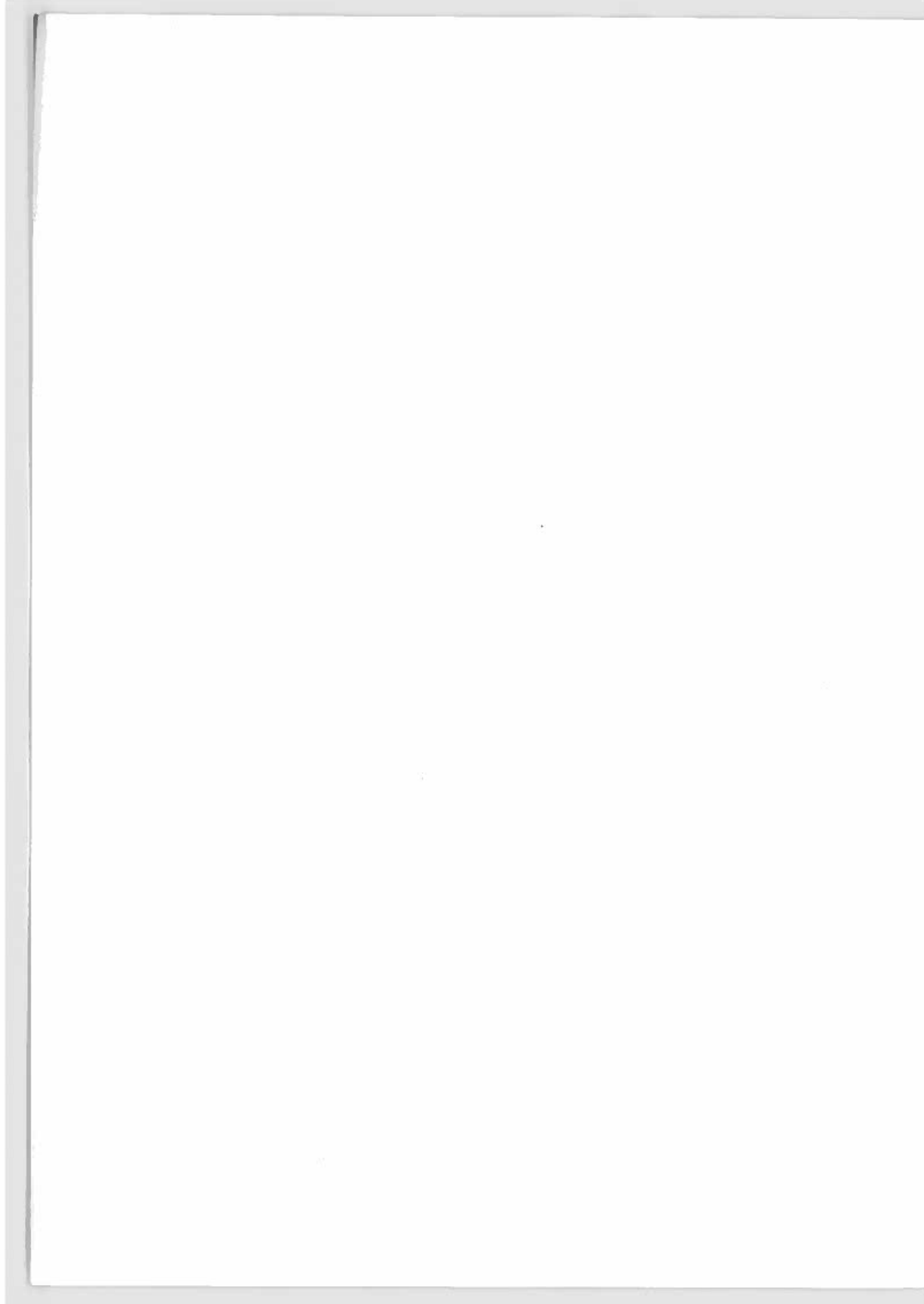
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN: SAYD PRODUCCIONES

TELÉFONO: 0992742814

Quito - Ecuador

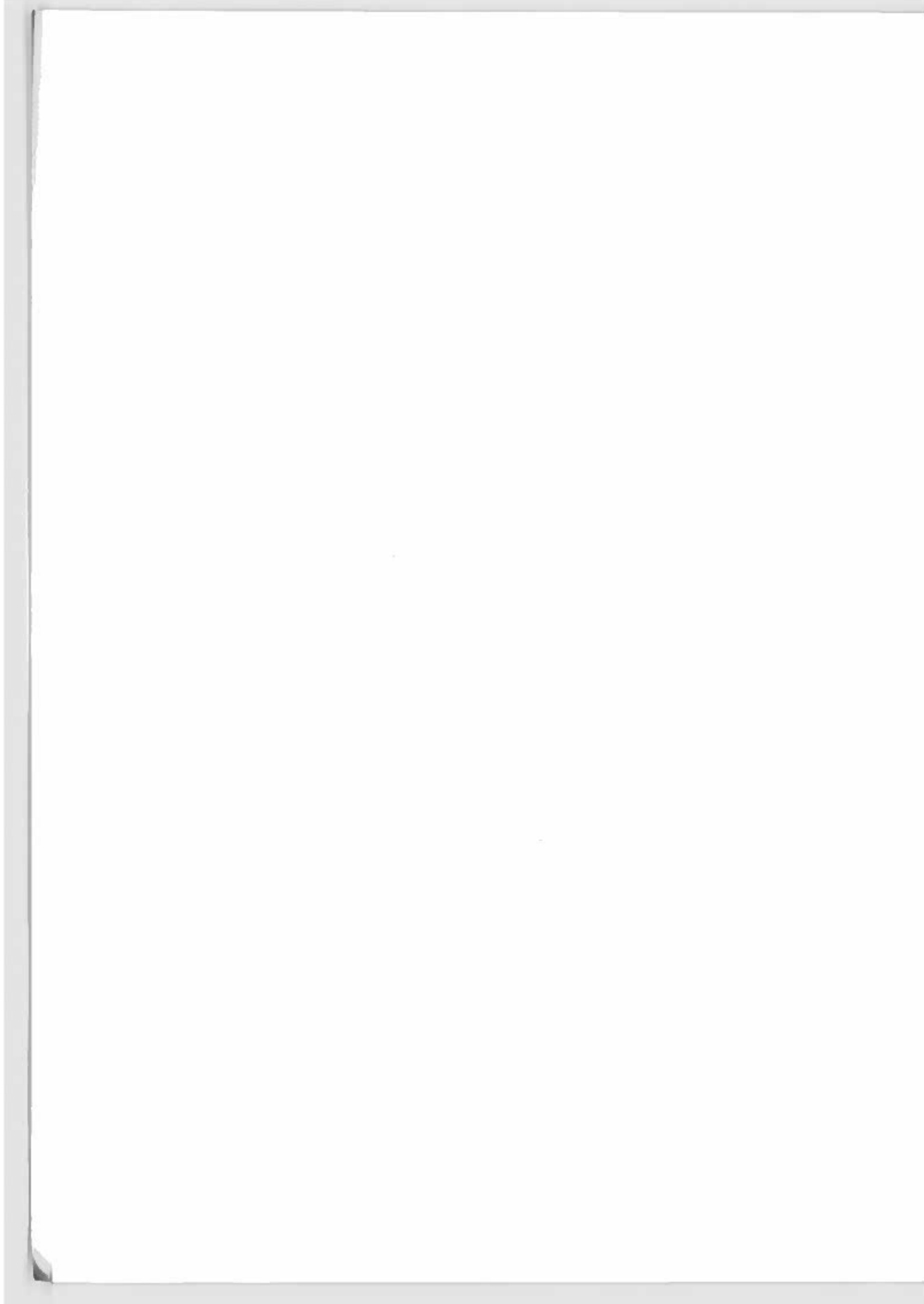
Todos los derechos reservados, prohibida la reproducción, el almacenamiento o transmisión por cualquier medio o forma de cesión de esta obra previa autorización por escrito del autor.





ÍNDICE

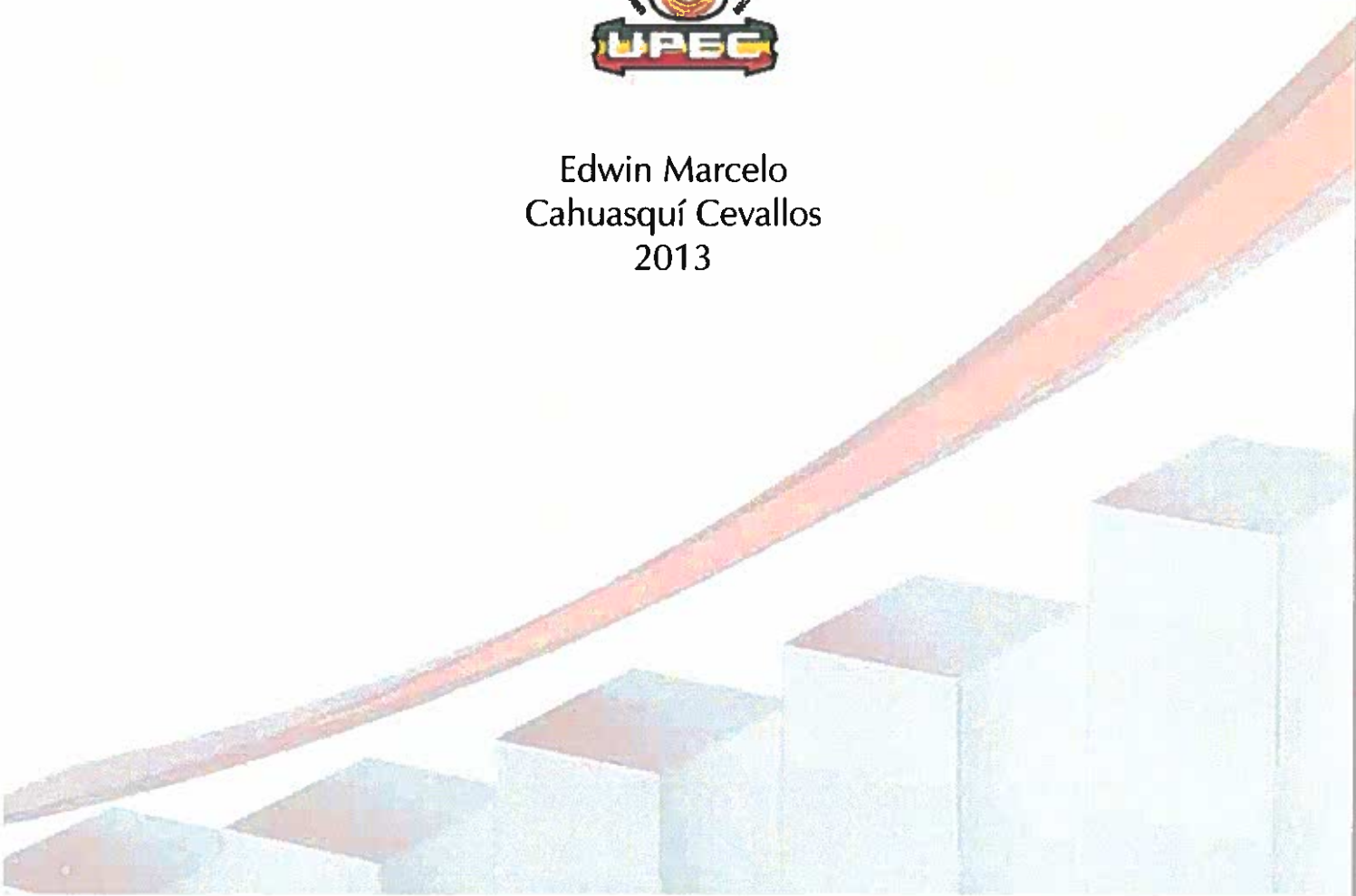
PRESENTACIÓN.....	3
RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
PRÓLOGO.....	7
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
MATERIALES Y MÉTODOS.....	9
EL EMPRENDEDOR.....	10
TIPOS DE EMPRENDEDORES.....	15
CUALIDADES EMPRENDEDORAS.....	20
CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR.....	22
CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS INTRAPERSONALES.....	32
CICLO DE EMPRENDIMIENTO.....	34
EL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR.....	39
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	41
ENTREVISTA A EMPRENDEDORES.....	83
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	103



PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL NORTE DEL ECUADOR



Edwin Marcelo
Cahuasquí Cevallos
2013





**MSc. Edwin Marcelo
Cahuasquí Cevallos**

Ingeniero Comercial por la Universidad Técnica del Norte, UTN, Ibarra. Master en Docencia e Investigación Universitaria por la UTN. Diploma Superior en Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Desarrollo por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, Quito. Docente Instituto Tecnológico Superior "Nelson Torres", Cayambe. Docente Universidad Estatal de Bolívar. Docente Instituto Tecnológico Superior "17 de Julio", Ibarra. Consultor en diseño, elaboración y evaluación de Proyectos en varios gobiernos seccionales y ONGs en Imbabura, Carchi y Esmeraldas. Docente Titular de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán.

PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL NORTE DEL ECUADOR

Escuela de Administración de Empresas y Marketing
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
edwin.cahuasqui@upec.edu.ec

Resumen

El propósito de esta investigación es determinar el perfil personal, educativo y socio-productivo del pequeño y mediano emprendedor de la zona 1 del Ecuador y el contexto donde se desarrolla.

Esta investigación descriptiva sirve como punto de partida para que las instituciones involucradas en el tema, adopten propuestas y estrategias pertinentes y coherentes, que logren un impacto positivo en el desarrollo del emprendimiento en la zona, además, que puedan direccionar sus estrategias en función de los requerimientos reales de estos empresarios y de las necesidades especialmente de formación del pequeño y mediano emprendedor.

Este estudio tomó en cuenta a emprendedores de diferentes actividades comerciales, de servicios e industriales de las principales ciudades de la zona 1 del país, estableciéndose diferencias sustanciales entre una provincia y otra, especialmente en el factor educativo y socio-productivo.

Se demostró que los componentes culturales, idiosincráticos, de idioma, de clima y geográficos; han afectado el perfil emprendedor de cada una de las provincias, teniéndose resultados interesantes.

Esta investigación comprende un análisis sobre la conceptualización del emprendimiento, desde una óptica epistemológica, un análisis crítico del emprendimiento en el norte del Ecuador, y la descripción detallada del perfil del emprendedor de esta zona.

Para el autor de esta investigación como para el equipo involucrado en la misma, fue muy enriquecedor intercambiar experiencias con los pequeños empresarios de la zona, se pudo conocer sus intereses y motivaciones, sus frustraciones y limitaciones al momento de hacer empresa, información importante que se debe tomar en cuenta para desarrollar una actividad emprendedora más segura y eficiente.

Introducción

De acuerdo a Global Entrepreneurship Monitor (2012), en su estudio sobre la actividad emprendedora, en 12 países de América Latina, Ecuador alcanzó un porcentaje de 26,6% superior al de Chile (23%), Colombia y Perú con (20%). Si bien es cierto nuestro país es emprendedor, el problema es que se forma micro empresas que por su estructura administrativa y organizativa difícilmente se pueden sostener en el tiempo, estas duran entre dos y tres años.

Estas unidades de negocio fueron creadas desde la oferta, con limitados conocimientos del manejo operativo y técnico del negocio, aproximadamente el 64% de los negocios se crearon sin el diseño y elaboración de un plan de negocios, poniendo en alto riesgo la sobrevivencia de la empresa.

El propósito de esta investigación es construir de manera holística e interdisciplinaria las bases de un diagnóstico que describa, analice e interprete el perfil del emprendedor de la zona 1 del Ecuador, con el fin de conocer la realidad de este sector y en base a ella, tomar decisiones y políticas que promuevan y apoyen la creación de microempresas.

La intención es que esta investigación sirva como fundamento para entender y comprender al emprendimiento como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, las experiencias del empresario, sus limitaciones y expectativas de superación y mejoramiento de las condiciones de vida.

Prólogo

Cuando nació la idea de realizar un trabajo investigativo que relacione los aspectos más relevantes para diagnosticar el comportamiento de las conductas emprendedoras de los habitantes en la zona 1 del Ecuador, que abarcan las Provincias de Imbabura, Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas me sentí motivado por la circunstancia de tener la oportunidad de clarificar el direccionamiento real que está tomando el emprendimiento y su enfoque en el desarrollo socioeconómico de la zona1. Este proyecto me permitió ver con claridad la vivencia real de los emprendedores, sus complejas dificultades que nacen desde la constitución misma de la familia, su bajo nivel de formación académica, sus escasos recursos económicos, el poco apoyo y oportunidades desde el sector privado y público, puestos a la luz gracias a la profundidad de la metodología investigativa utilizada, donde sus resultados ponen sobre la mesa una problemática que debe ser tomada en cuenta con la seriedad y celeridad en la toma de decisiones adecuadas para apoyar a los emprendedores a nivel nacional.

La información recopilada se limita a datos abstraídos de información secundaria fundamentada de artículos y otros documentos publicados que sirvieron de base para el levantamiento de información primaria a través de encuestas y entrevistas a emprendedores en las cuatro provincias de la Zona 1. Información que sin lugar a dudas arrojan resultados preocupantes en el escenario socioeconómico de las familias ecuatorianas ya que esta es una visión de la realidad nacional.

Esta es una obra a la que pueden acceder, estudiantes, docentes, empresarios y empleados públicos ya que proporciona datos reales de la problemática del emprendimiento en la Zona 1 del Ecuador, determinándose conclusiones enfáticas y concretas, además de dejar en consideración las recomendaciones pertinentes sobre el tema.

“Agradezco el espacio para compartir con los lectores los resultados, experiencias y sentimientos que me generó esta obra y felicito a todo el equipo investigador por su excelente trabajo.”

Msc. Héctor Chuquín

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General.

Diagnosticar las características personales, educativas y socio-productivas de los pequeños y medianos emprendedores de las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos.

Objetivos Específicos.

1. Presentar las bases conceptuales para entender y comprender al emprendimiento, sus elementos y la situación del emprendimiento en el Ecuador.
2. Determinar la población y muestra de donde se obtendrá la información sobre el perfil del emprendedor del norte del Ecuador.
3. Determinar las características personales, educativas y socio-productivas de los pequeños y medianos emprendedores de la zona 1 del Ecuador.
4. Transferir los resultados de la investigación a las organizaciones e instituciones involucradas con el emprendimiento.

JUSTIFICACIÓN.

Se sabe que nuestro país tiene un déficit en materia de emprendimiento, pese a que las instituciones de educación superior, ONGs y las entidades gubernamentales, están diseñando y ejecutando propuestas interesantes en esta área.

Una de las causas que ha retrasado el desarrollo de este sector, ha sido la escasa información con la que se cuenta, especialmente en las provincias alejadas de los grandes centros de industrialización, tecnología y comercio del país. Esta falta de información no ha permitido tomar decisiones acertadas en materia de emprendimiento, por lo que los esfuerzos por desarrollar esta área, no han sido fructíferos.

La presente investigación, dedica su estudio a las características personales, educativas y socio-productivas de los pequeños emprendedores de las provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos. Este estudio arrojó datos en cuanto al nivel educativo de los emprendedores y las necesidades de capacitación, al conjunto de cualidades y características personales que tienen los emprendedores y cuáles pueden ser desarrolladas y fortalecidas. Además, los rasgos socio-productivos que determinarán las áreas productivas más y menos desarrolladas en la región.

Los resultados de esta investigación servirán como punto de partida para que las instituciones citadas al inicio, puedan desarrollar acciones y propuestas más pertinentes y coherentes, que logren un impacto positivo en el desarrollo del emprendimiento en esta zona.

MATERIALES Y MÉTODOS.

La investigación es de tipo descriptiva-exploratoria, ya que se estudia y explica detalladamente las características personales, educativas y socio-productivas de los pequeños y medianos emprendedores de la zona 1 (Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Sucumbíos).

La investigación presenta una amplia contextualización de todos los elementos relacionados al emprendimiento. El análisis de datos se realizó en el programa SPSS, a través de cruce de variables, es decir, se separó la información en base algunos criterios como provincia, edad, sexo, estado civil, entre otros. Los resultados se presentan mediante gráficos y tablas de frecuencia, estos muestran el resumen de cada variable por provincias de la zona 1.

Diferencia Significativa de Proporciones.- Esta prueba se aplica en investigaciones donde se estudia a dos grupos de individuos a quienes se ha medido una variable cualitativa, a través de esta prueba se determina si existe una diferencia estadísticamente significativa entre los porcentajes, obtenidos por cada una de las categorías en cada uno de los grupos analizados.

Técnicas e instrumentos.

Como instrumento de investigación se utilizó la entrevista y la encuesta, esta última se aplicó a 708 empresarios afiliados a las Cámaras de Turismo, Comercio, Pequeña Industria de Esmeraldas, Imbabura, Sucumbíos y Carchi. Para seleccionar los elementos de la muestra se empleó el muestreo aleatorio simple, por estratos y por juicio; lo que permitió, de esta forma establecer una representatividad en cada provincia estudiada y en cada una de las actividades económicas.

La entrevista se utilizó para recabar experiencias emprendedoras de cuatro empresarios exitosos y calificados de cada una de las provincias, con el fin de enriquecer el contenido de esta publicación y que sirva como vivencias ejemplares y exitosas para la creación y manejo empresarial.

EL EMPRENDEDOR.

¿Qué es un emprendedor?

Existen diversas formas de definir y entender el término emprendedor, varios autores coinciden que este término proviene de la palabra entrepreneur, que se deriva del vocablo francés entreprendre, que significa “encargarse de”.

Existen múltiples definiciones sobre lo que es un emprendedor, en el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, existen autores como Finley citado por Alcaraz (2011), que describe al emprendedor como alguien que se aventura en una actividad de negocios. Otros autores manifiestan que un emprendedor es un creador, innovador, persona de negocios, ágil, aprovechadora de oportunidades.

Para Villarroel (2004), el emprendedor es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas.

Según Freire (2004), un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para encararla.

Para Ademar (2003), emprender es una actitud proactiva que desde el hacer, acompañado del saber y la conciencia, permite a los individuos fijarse metas, realizar propuestas y sobre todo tomar iniciativas que le permitan aprovechar oportunidades que se presentan en el entorno actual.

El criterio de Silva (2008) con referencia al emprendedor, manifiesta que es alguien que empieza a percibir que hay algo para hacer que todavía no existe... y lo hace, usando para ello la “empresa”, la “organización”, definida como un proyecto que se pone en ejecución.

El verdadero emprendedor es un calculador de riesgos. Tiene que tener una capacidad de sacrificio. Es una persona optimista. Ve lo positivo, siempre considera que puede hacerlo mejor. Es innovador y creativo. (Torres, 2001).

Luego de haber presentado varios criterios de diversos autores pongo a consideración una definición que se ajusta al criterio de cada uno de ellos y que muestra el gusto del autor de esta investigación:

“El emprendedor es una persona con aptitudes y sobre todo actitudes para asumir riesgos, con el fin de aprovechar las oportunidades que le brinda el entorno para crear una organización

orientada a la producción, innovación y generación de empresa y empleo”.

Se entiende por aptitudes a todos los conocimientos, habilidades, experiencias y recursos que debe poseer un emprendedor; por actitudes se entiende a la conducta, modo de actuar y motivaciones que serán necesarias a la hora de emprender.

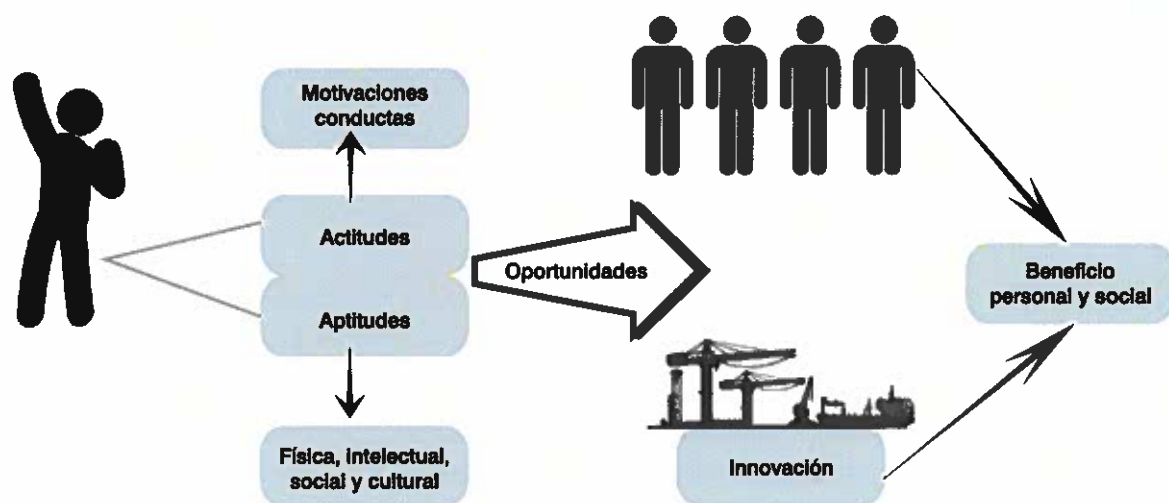


Figura 1. Diagrama que ilustra el concepto de emprendimiento del autor

Un elemento importante que deben tener los emprendedores y que está dentro de sus aptitudes es la innovación y creatividad. La creatividad está directamente relacionada con la generación de empresa, el emprendedor debe concebir ideas dirigidas a la satisfacción de alguna necesidad.

Para que surjan ideas es importante que el emprendedor busque “estimuladores para la generación de ideas”; ejemplos: visita a un centro comercial, internet, vacaciones dentro y fuera del país, asistencia a seminarios, entrevistas con expertos de negocios, lectura de libros y revistas, entre otras. Araque (2009, p. 22).

El emprendedor nace o se hace

Algunos piensan que para ser emprendedor se necesita ciertas características innatas, otros afirman que todo se puede aprender. Para el autor de esta investigación un emprendedor nace y se hace.

Nace, debido a que todo ser humano cuenta con: pasión, curiosidad, inquietud, y muchos atributos innatos, pero no muchos poseen en la práctica estas cualidades y muchas veces algunas personas no encuentran en su interior esos elementos para desarrollarlos.

Se hace, dado que el emprendedor detecta esas cualidades y las desarrolla y potencia. El perfil del emprendedor se crea a través de capacidades, habilidades y actitudes que se pueden desarrollar, además de experiencias vividas.

Este último criterio fomenta el arte de aprender a emprender. Del mismo modo, que se puede aprender a leer, a estudiar, a investigar; se puede aprender a emprender.

Esto puede darse desde tempranas edades, al niño se le despierta e incentiva esas cualidades, y este va aprendiendo y perfeccionándolas. Es decir, que el sistema de formación básica debe procurar que sus educandos desarrollen habilidades como creatividad, innovación, criticidad, que les permitan un mayor desenvolvimiento para la vida emprendedora.

Para Ferras (2012), no es la genética lo que determina la capacidad emprendedora o innovadora, tampoco es la geografía. Lo que determina la capacidad emprendedora o innovadora es la cultura donde el individuo está inmerso, el conjunto de comportamientos y creencias que guían sus actitudes y sus decisiones, las competencias que han desarrollado en su proceso de aprendizaje y el referente social existente.

El criterio de Javier Ferras se corrobora con lo que las instituciones de educación media y superior están desarrollando en nuestro país, son cada vez más las carreras universitarias que incluyen en sus mallas curriculares asignaturas de emprendimiento y generación de empresas; así mismo, en los colegios se nota un importante avance en este tema, ahora es común ver ferias de emprendimiento, donde los estudiantes aplican los conocimientos adquiridos a través del desarrollo de prototipos y la creación de pequeñas unidades de negocios.

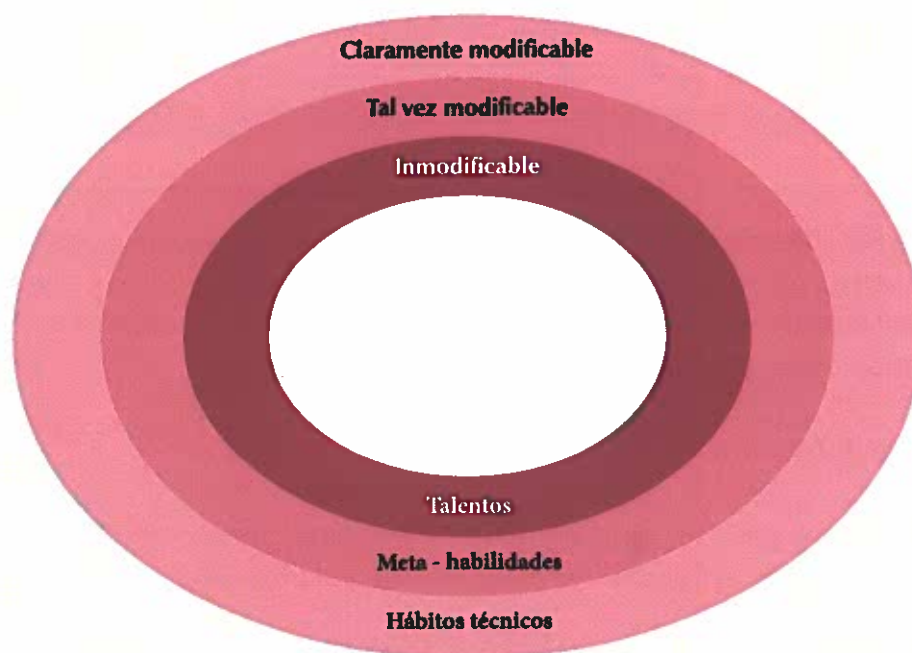


Figura 2. Emprendedor, ¿se hace o nace?

Fuente: Freire, (2004).

Con el antecedente anterior es importante analizar el criterio de Freire (2004), quien tiene una visión intermedia acerca de si el emprendedor nace o se hace. A continuación se analiza su propuesta:

a.) Hábitos técnicos, fácilmente modificables y adquiribles.

Estos tienen que ver con la formación y el aprendizaje educativo, son conocimientos y

habilidades que se adquiere con capacitación académica y aprendizaje técnico. Aunque es la capa más superficial o externa (ver figura 2), es un aspecto central, ya que resume todo el trabajo que se puede hacer, aprendiendo en la dimensión técnica las claves del proceso emprendedor.

b.) Meta –habilidades, tal vez modificable.

Entre ambos extremos, entre lo claramente modificable y lo inmodificable, está lo que Kofman llama el “área gris o tal vez modificable”. Si el emprendedor tiene un firme compromiso para mejorar sus habilidades, no le bastará aprender la dimensión técnica. Esta es necesaria pero no suficiente; con ella será “un emprendedor más capacitado técnicamente”, pero no logrará ser un emprendedor completo. Lo que le convierte en un mejor emprendedor es enamorarse con pasión de su proyecto y comprometerse incondicionalmente con él, aprender a compartir con su equipo, tomar riesgos, aprender a divertirse en el proceso de sus propios aciertos y errores.

c.) Talentos, inmodificable.

En el otro extremo, en lo más profundo del emprendedor, hay una capa neuronal de talentos inmodificables, que sencillamente se tienen o no se tienen. Son esas habilidades que, como suele decirse, “se llevan en la sangre” y que es inimaginable que alguien las pueda adquirir a voluntad, por mucho empeño que le ponga. Sobre este punto es muy útil el trabajo de Martín Seligman, *What you can Change... and what you can't* (“que puedes cambiar... y que no”), donde se muestra que hay patrones recurrentes de pensamiento y comportamiento que pertenecen a la fisiología de cada uno, producto de la genética y de las influencias anteriores a la pubertad, que determinan el sistema neurológico.

Claramente se puede apreciar que de acuerdo al pensamiento de Freire el emprendedor se hace y nace, la persona puede desarrollar habilidades y destrezas emprendedoras, pero también nace con cierta genética que ayuda a formarlo como un emprendedor completo. Es importante, que en los centros de estudio se promueva el espíritu emprendedor a todo nivel, no solamente es necesario que los estudiantes desarrollen capacidades técnicas, en cuanto a su área de estudio, sino también se promuevan las habilidades y gustos por emprender.

El Espíritu Emprendedor.

La primera definición sobre emprendimiento data del siglo XVIII y define al espíritu emprendedor como el proceso de asumir el riesgo de comprar a precios ciertos y vender a precios inciertos. Más tarde la definición comenzó a incluir el concepto de reunir y combinar los factores de producción. A principios de este siglo se añadió a la definición el concepto de innovación. Definiciones posteriores describieron al espíritu emprendedor como aludiendo a la creación de nuevas empresas, en donde el emprendedor era su fundador.

Se ha llevado a cabo considerables esfuerzos a fin de entender las características psicológicas y sociológicas del espíritu emprendedor. Muchos estudios han notado algunas características comunes de los emprendedores: necesidad de logros, liderazgo, orientación a través de la intuición más que por el sentido común y propensión a tomar riesgos.

Ser emprendedor es una actitud. Es un espíritu que surge del desarrollo de una serie de capacidades personales, podría decirse también que es un ánimo, una fuerza interior que dispone a la persona a desarrollar un nivel de emprendimiento.

Según Villarroel (2004), la palabra espíritu apunta a varias cosas. En primer lugar a punta a que no puede existir en reglas, consiste más bien en sensibilidades, en estados de ánimo, en un estilo. Entonces la pregunta es ¿Cómo y en dónde se forman los espíritus? ¿Tal vez en las universidades?

Respondiendo a la pregunta planteada por Pablo Villarroel se podría decir que en las universidades lo que se enseña son reglas, métodos, tecnologías y conocimientos, siendo más real se puede decir que las universidades preparan a sus estudiantes para el empleo, pero el espíritu es algo más sublime, más elevado y noble.

Por lo anterior es difícil definir el espíritu emprendedor, ya que existen muchas interrogantes sobre las cualidades psicológicas, sociales y comportamientos que identifican al espíritu emprendedor en algunos individuos. Además, investigaciones acerca de la vida de los emprendedores han demostrado muchas veces que el espíritu emprendedor decrece luego del éxito.

En la actualidad, el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, creación de una nueva empresa, pero su definición va mucho más allá de eso. En este sentido, el espíritu emprendedor depende tanto de cualidades innatas, como de capacidades interiores que pueden desarrollarse.

Para el Centro de Profesores de Cuenca. Castilla, España (2007), desde la óptica de las cualidades personales, el espíritu emprendedor supone desarrollar la iniciativa personal, la confianza en uno mismo, la creatividad, el dinamismo, el sentido crítico, la asunción de riesgos, y otros valores que hacen a las personas activas entre las circunstancias que lo rodean.

Para la Revista Digital Endeavor (Febrero, 2012), emprender significa comenzar, explorar, tomar riesgos, darle vuelo a la creatividad y poder aprovechar las oportunidades. Una persona sometida a la autoridad tendrá vetada estas capacidades, y sufrirán sentimientos de frustración y verán pasar las oportunidades que se le presenten. La educación tiene además, influencia significativa sobre la formación de una mente emprendedora. Y en esto tienen que ver todos los procesos de formación a los que está sometida una persona desde el momento de nacer: la familia, la escuela, el grupo de amigos, la universidad, el club, la religión.

Un emprendedor tiene la capacidad de ver las oportunidades, y analizar los recursos que tiene y/o puede tener para llevar a cabo el proyecto, la clave radica en encontrar una vinculación

adecuada entre ambos factores.

Un punto importante que se deriva del anterior es la sociedad en donde se desarrolla el emprendedor. En algunas latitudes el emprendedor es conocido como líder y fuerza positiva de una sociedad. En otras sociedades el panorama es completamente opuesto y por lo tanto adverso a la hora de querer dedicarse a la actividad emprendedora. La propia familia, amigos y colegas harán lo posible para desalentarle, pues no ven el valor intrínseco de la actividad emprendedora. Con el tiempo y el esfuerzo de los emprendedores la propia experiencia hará que vaya cambiando la percepción de la sociedad en relación al valor de la actividad emprendedora.

Otro factor que favorecerá el surgimiento del espíritu emprendedor, es el marco institucional que regula las actividades económicas y sociales. Es necesario contar con un escenario que permita proyectar a futuro, con claras reglas de juego, y estabilidad económica. Según los criterios de los emprendedores del norte del Ecuador, el país presenta un entorno positivo y favorable para la creación de empresas.

Se podría establecer como conclusión que el espíritu emprendedor juega un papel clave para las economías actuales, y que si bien puede ser innato, el hecho de que surja depende de múltiples factores como: vivir en libertad, la formación y educación que recibimos, la existencia de reglas de juego transparentes, apoyo a las empresas, oportunidades y recursos.

TIPOS DE EMPRENDEDORES

La Revista Digital Addhara (2012), hace una clasificación un poco cotidiana de los tipos de emprendedores, y establece que existen ocho tipologías que definen la personalidad y la manera de actuar. A continuación se analizan cada una de ellas.

a.) El visionario.

Este tipo de emprendedores son muy visionarios y se atreven en cualquier entorno. Son vocacionales y pasionales, lo que les vuelve más comunicativos y persuasivos. Están permanentemente abriendo puertas, pero no cierran ninguna, el resultado es que puede ser percibido como inconstante, porque cambia de objetivo continuamente.

b.) El que emprende por necesidad.

No están satisfechos con su situación profesional o económica y deciden indagar nuevos rumbos. A menudo les cuesta encontrar el rumbo, la actividad emprendedora les elige a ellos y no al revés, por lo que necesitan desarrollar un poco la personalidad empresarial.

c.) El inversionista.

Tiene una visión excepcional, posee el capital y decide crear un negocio, busca la ganancia por encima de todo. Su búsqueda constante de la ganancia les agudiza su prevención al riesgo, lo que puede paralizar grandes proyectos.

d.) El caza oportunidades.

Tiene una mente muy racional y analítica, que le permite detectar donde se hacen las cosas de una forma poco práctica. Suelen ser muy versátiles y descubren oportunidades. Su exceso de análisis puede hacer de ellos empresarios muy fríos y poco implicados, a los que les falta comunicación y don de gentes.

e.) El emprendedor por azar.

Es un ejemplo extremo de lo que es un emprendedor por casualidad o accidente, pero es cierto que muchos de los grandes empresarios reconocen el papel del azar en sus inicios. Tienen una gran capacidad de adaptarse a los cambios y aprovechan los contratiempos. A estos emprendedores la fortuna les ha sonreído por eso es que en ocasiones les hace falta comprometerse con el proyecto.

f. El especialista.

Tiene un punto de agudeza visual para detectar donde se están cometiendo errores y encontrar la forma de hacer algo diferente. Son personas que corren el riesgo del protagonista de la película enfrentándose a gigantes sin apoyos. Rara vez se preocupan por coordinar las funciones de los diferentes departamentos.

g.) El persuasivo.

Tiene una fe inquebrantable en sí mismo y su proyecto. Son perseverantes e inasequibles al desaliento, lo que a veces puede ser interpretado como negación de la realidad.

h.) El intuitivo.

Tiene una gran personalidad y es capaz de seguir su primer impulso contra viento y marea, tiene una gran pasión por lo que emprende. Posee una gran empatía y capacidad de escuchar.

Abraham (2011) en su libro *Entrepreneurial DNA*, aplica un tipo de metodología donde concuerdan las habilidades y personalidad de un emprendedor en los cuatro cuadrantes: Constructor, Oportunista, Especialista e Innovador.

Este autor manifiesta que se deben conocer las debilidades y fortalezas del emprendedor, para saber qué tan equipado y preparado está para lanzar un negocio que tenga mayores probabilidades de tener éxito.

Veamos el análisis que hace Abraham a cada uno de estos tipos de emprendedores:

a. Constructor.

Estos emprendedores son los máximos jugadores en el juego de los negocios; siempre están buscando estar dos o tres pasos delante de la competencia. Por lo general se describen como enfocados, fríos, despiadados y calculadores.

b. Oportunista.

El oportunista corresponde a la parte especulativa del emprendedor interno que todos tenemos. Es esa parte de nuestros seres que quieren estar en el momento y lugar indicado, aprovechando el tiempo para ganar cuánto dinero sea posible.

c. Especialista

Este emprendedor entrará en una industria y permanecerá en ella de 15 a 20 años. Tienen gran experiencia y conocimiento del sector, pero suelen batallar por destacarse en mercados competitivos. Éstos corresponden a, por ejemplo, diseñadores gráficos, expertos en tecnologías de la informática o contadores y abogados independientes.

d. Innovador

Generalmente encontraremos al emprendedor innovador en el 'laboratorio' del negocio trabajando en un invento, receta, concepto, sistema o producto que pueden ser la base de uno o varios negocios. El reto del Innovador es enfocarse en las realidades del negocio y en las posibilidades verdaderas del producto.

Perfil, tipo ideal de emprendedor.

Según Lerma (2007), los emprendedores son el fermento que concretiza el esfuerzo social hacia la generación de empleo, riqueza y bienestar. Son un producto social en el que concluye la sociedad en general por medio de la familia, el sistema educativo y el gobierno (figura 3). Una cultura social sana tiene un impacto importante que incentiva y facilita el surgimiento de emprendedores exitosos.

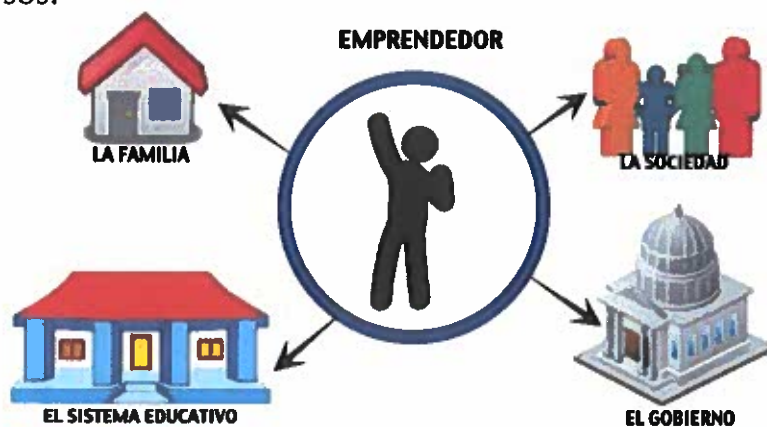


Figura 3. Influyen en el surgimiento de emprendedores.
Fuente: Lerma, (2007)

Para Alejandro Lerma existe un “modelo ideal” de las cualidades del emprendedor, hacia el cual toda persona puede aproximarse mediante el desarrollo de ciertas habilidades y conocimientos, que le permitirán a las personas ser emprendedores más completos y de éxito.

Para desarrollar la capacidad emprendedora de las personas, es necesario contar con un esquema que presente con claridad la serie de características, habilidades y potencial del emprendedor efectivo.

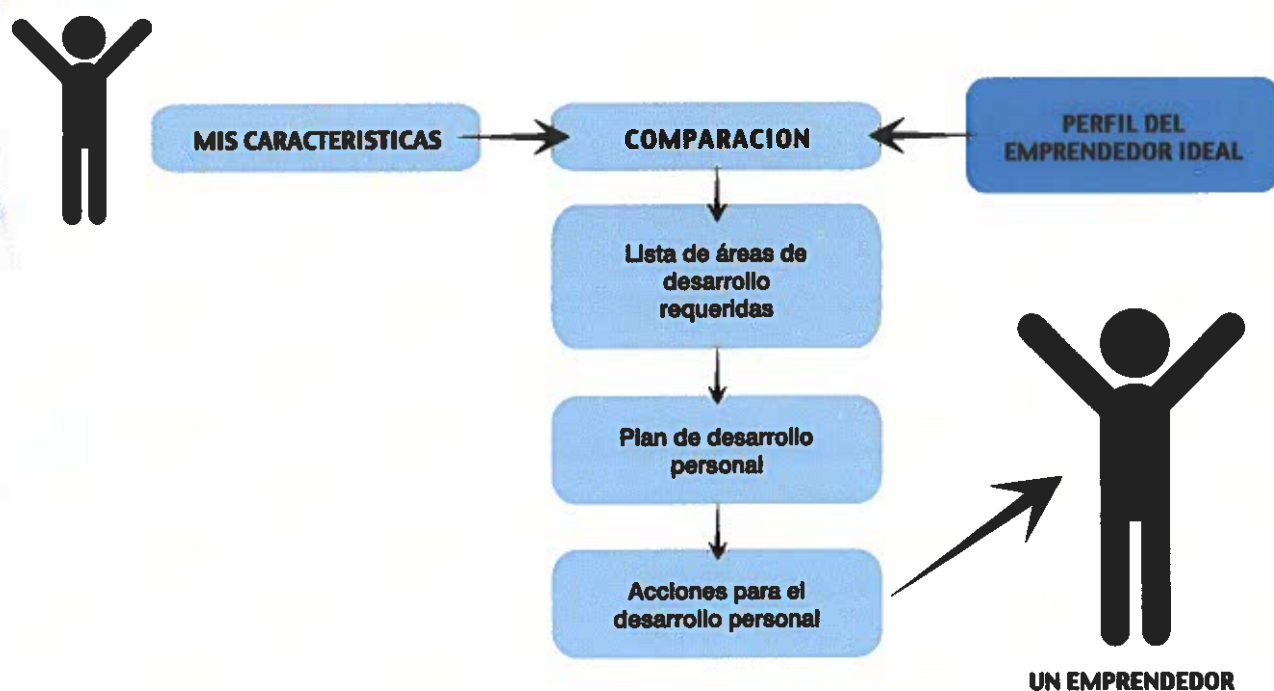


Figura 4. Pasos para el desarrollo de nuestro capital emprendedor.
Fuente: Lerma, (2007).

De la comparación entre el perfil ideal del emprendedor con las características personales surgirá una lista de áreas de desarrollo requeridas, las cuales deberán ser satisfechas para convertirse de manera progresiva, en un emprendedor más completo. En base a este análisis comparativo, será posible identificar y sugerir un conjunto de acciones para el incremento de las competencias personales.

Según el mismo Lerma, el emprendedor capaz necesita de tres habilidades dentro de su perfil: poder, saber y querer, que integran en la persona la aptitud, el conocimiento y la motivación. A continuación se presenta el análisis de cada uno de estos tres elementos.

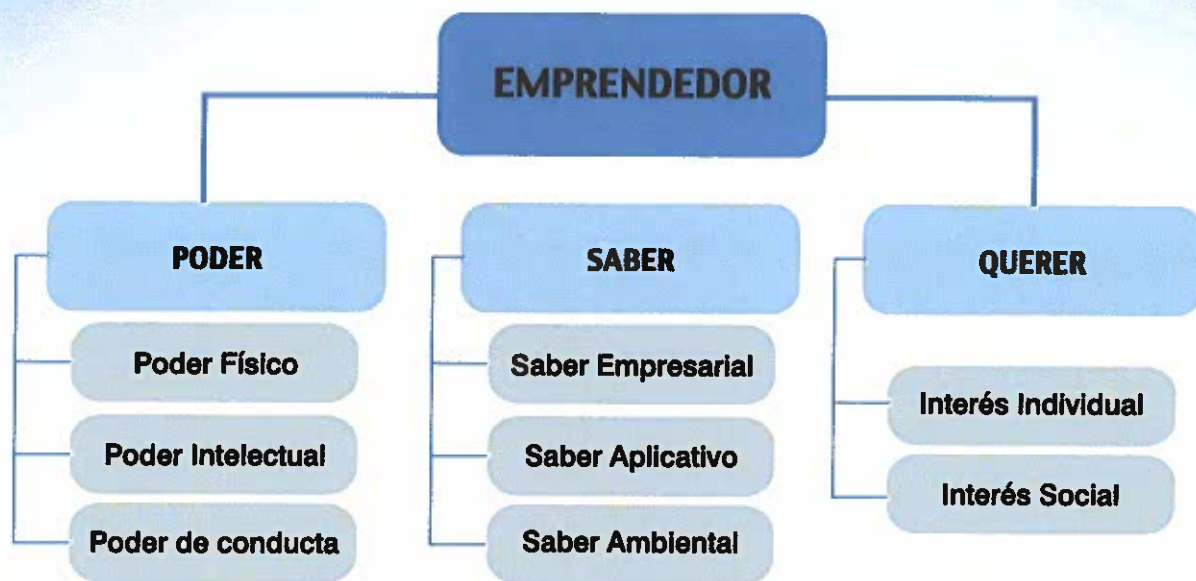


Figura 5. Tres verbos en el perfil del emprendedor capaz.
Fuente: Lerma, (2007).

a. Poder.- Dentro de esta categoría se consideran las características físicas, psicológicas y conductuales con que la naturaleza y la vivencia han dotado a la persona, dentro de esta categoría se considera el poder físico, intelectual y el poder relativo a la conducta.

Poder físico. El poder físico significa vitalidad, vigor y capacidad de trabajo. Estos atributos son necesarios para no desfallecer, en especial en las etapas de puesta en marcha y desarrollo del emprendimiento, estas etapas por lo general requieren de un gran esfuerzo y dedicación.

Poder intelectual. Se refiere al conjunto de potencialidades de la inteligencia relacionadas con la mente emprendedora. Es contar con la capacidad de observación y razonamiento necesarios para percibir, analizar y evaluar las posibilidades de negocio.

Poder de conducta. El emprendedor presenta rasgos de conducta que lo distinguen y diferencian del común de las personas y suelen ser: inquieto y con iniciativa, creativo, práctico, curioso, perseverante, seguro, optimista, tolerante, responsable y líder.

b. Saber.- Conforman el conjunto de conocimientos teóricos, prácticos y la información adquirida por medio de la formación, la experiencia, la investigación y el acceso a los medios de comunicación, útiles para desarrollar y operar un proyecto emprendedor. Dentro de esta categoría se considera el saber empresarial, saber aplicativo y ambiental.

Saber empresarial. Son los recursos técnicos y los conceptos que faciliten el trabajo de planear, organizar, integrar, dirigir y controlar todos los elementos humanos, físicos, finan-

cieros y tecnológicos requeridos en el proyecto emprendedor.

Saber aplicativo. Se refiere a la visión integral e integrada de la tecnología, los procesos y el detalle de los productos o servicios propios del tipo y naturaleza del proyecto emprendedor.

Saber ambiental. Se refiere al conocimiento del entorno en el que se desarrollará el esfuerzo emprendedor, identificando oportunidades, riesgos y limitaciones de negocios. Además, debe conocer el marco jurídico, la competencia con sus fortalezas y debilidades.

c. Querer. Respecto al querer se consideran las motivaciones que tienen un impacto en la voluntad de la persona para dirigir su esfuerzo y concentrarse en un proyecto emprendedor. Las motivaciones se pueden clasificar en dos categorías: la primera trata de las motivaciones enraizadas en el interés por la realización personal, independencia laboral y lucro; y la segunda trata acerca del interés social y se basa en la preocupación y el compromiso del emprendedor hacia el conglomerado humano.

Interés individual. El interés o motivación individual se proyecta en tres dimensiones: independencia, realización personal y económica. La independencia personal significa ser libre, no tener jefe, decir que hacer y cómo hacerlo, trabajar en beneficio propio. La realización personal consiste en llegar a ser lo que uno es capaz, trabajar en lo que en realidad le interesa, gusta y satisface, hacer realidad las ideas y proyectos, ser mejor que otros, trascender. La realización económica significa mejorar la posición y hacer riqueza.

Interés social. Implica cumplir con el compromiso y la visión social, para hacer o pagar a la sociedad lo que moralmente se le debe. Generar empleo y medios de vida para otros y propiciar mejores niveles de bienestar en la sociedad.

Existen muchos criterios sobre las cualidades del emprendedor, a continuación presento las más importantes tomadas de diversos autores:

CUALIDADES EMPRENDEDORAS.

Existen muchos criterios sobre las cualidades del emprendedor, a continuación presento las más importantes tomadas de diversos autores:

Emancipación: La emancipación es la búsqueda de la libertad, la autonomía y la independencia como principal motivación para emprender. (Arévalo, 2011) Esta cualidad no la poseen todos los seres humanos, ya que existen personas que les gusta depender de otras, por ejemplo: hay hijos que les gusta depender de sus padres hasta edades avanzadas y viven de ellos, mientras

que existen jóvenes que aun sin cumplir la mayoría de edad, son completamente autónomos. A nivel empresarial pasa igual, existe personas que prefieren depender de una empresa y por ende de un mensual y vivir una vida tranquila y sin sobresaltos, mientras que otras prefieren disponer de su tiempo, tomar sus propias decisiones y arriesgarse a ganar mucho más dinero.

Moderación en la ambición: Andy Freire en su libro *Pasión por Emprender* habla sobre la moderación por la ambición del dinero. Varios estudios muestran que solo el 20% de los emprendedores consideran que el dinero es su principal motivación para emprender, la mayoría ve al dinero como una consecuencia inevitable de emprender exitosamente.

Es importante obtener ganancias del negocio que se esté emprendiendo, pero esa no es la principal misión, aunque finalmente el dinero es el vehículo para llegar a la libertad financiera.

Pasión: Freire dice que emprender es estar dedicado en mente, cuerpo y alma todo el tiempo al proyecto. Realmente, para que el proyecto tenga éxito hay que dedicarle mucha fuerza de voluntad y dejarlo todo para dedicarse de lleno al emprendimiento.

Espiritualidad: En emprendimiento no se puede relacionar la espiritualidad con una cuestión religiosa, por el contrario es un asunto emocional. Cuadros (2010) manifiesta que la fuerza necesaria para que cumplamos nuestros compromisos es directamente proporcional al desarrollo de nuestra espiritualidad, es decir, cuando a cualquier persona le pasa por la cabeza la insensatez de pensar que quiere, pero no puede, pero inmediatamente se esfuerza para cumplir con lo comprometido, llegará el momento que distinguirá cómo una increíble fuerza interna se manifiesta en él con la capacidad de respetar y realizar lo convenido. Esta actitud positiva, es la espiritualidad que inicialmente necesita cualquier ser humano para poder ir cambiando paulatinamente su personalidad.

Novicio (actitud de aprendiz): Aunque pueda sorprender a muchos, los grandes emprendedores muestran una gran humildad y una voluntad permanente de aprender. Suelen ser lo opuesto del gran "sabelotodo" que cree dominar el conocimiento humano. Freire (2011).

Por mucho conocimiento y experiencia que tenga un emprendedor, este tiene que ser consciente que lo que posee es una mínima parte de lo que le queda por aprender y desarrollar. Aquí la importancia de tener una actitud de aprendiz, de saber que nos falta mucho por hacer y aprender, y que finalmente, nunca terminaremos con esta labor, pero siempre acumularemos aprendizaje y experiencia que nos acerca cada vez más a la consecución de nuestros sueños.

Disfrute del camino: El camino del emprendedor es muy difícil y va a encontrarse con obstáculos e inconvenientes que tendrá que sortear, pero a la vez este disfrutará de los triunfos

que vaya consiguiendo. Las victorias cuando son más trabajadas y difíciles de alcanzar, son más placenteras, es decir, el emprendedor disfruta de su aventura de emprender.

Éxitos compartidos: Todos sabemos de los beneficios y la importancia del trabajo en equipo, los grandes emprendedores siempre llevan de la mano a sus colaboradores y comparten con ellos el trabajo y los éxitos que se alcanzan. Las metas y objetivos no se alcanzan con trabajos aislados y solitarios de una sola persona, sino con el apoyo de todo el equipo de trabajo, esto genera mayor capacidad y facilita la consecución de los objetivos.

Ya no se está en el tiempo de “yo hago todo” o “déjenmelo todo a mí”, así no funcionan los negocios, ahora se comparten y delegan las actividades y responsabilidades.

Determinación: Freire nos dice que los grandes emprendedores se toman el tiempo suficiente para tomar decisiones adecuadas, pero una vez que las tomaron, muestran gran firmeza y seguridad en sus acciones. El emprendedor toma una determinación, total y completa, de exactamente cuáles son los objetivos y metas que se van a alcanzar en un plazo determinado, para luego depositar todos sus esfuerzos y energías en cumplir con lo planteado.

Una decisión con determinación no tiene retorno, por la seguridad y firmeza con que se la toma, grandes cantidades de determinación suplen en muchas ocasiones carencias de preparación o de cualidades, ya que cuando alguien está absolutamente determinado a lograr algo, siempre será capaz de encontrar algún camino que le lleve hasta allí.

Optimismo y sueños: Una de las características esenciales del gen emprendedor es el optimismo, este es un recurso único e irrenunciable en los momentos de crisis. Prieto (2010) considera que una actitud positiva permite mejorar las capacidades para hacer frente a la adversidad. El optimismo presenta atributos que facilitan la puesta en marcha de estructuras de pensamiento flexibles, dinámicas, creativas y resolutivas.

Responsabilidad incondicional: Responsabilidad significa “responder a ciertos actos”. Todos somos responsables de nuestros actos, no existe acción en la vida de la cual podamos eludir a nuestra propia responsabilidad, la cual existe aunque no nos hagamos cargo de ella.

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Emprender en el Ecuador no es igual que hacerlo en países denominados del primer mundo, tampoco es lo mismo si lo hace una persona que terminó el colegio u otra que terminó la universidad y posee conocimientos más técnicos. Es por esta razón, que he dividido dos tipos de características: las personales y las intrapersonales, a continuación se analizan cada una de estas.

Características Emprendedoras Personales.

Múltiples investigaciones han mostrado la importancia que tiene la persona en el logro del éxito empresarial. De poco vale tener una tecnología de punta, una infraestructura moderna sino se cuenta con el recurso humano adecuadamente capacitado y motivado.

Toda persona tiene como parte de su estructura personal fortalezas y debilidades lo que muchos autores han denominado Características emprendedoras personales, estas características están vinculadas al éxito empresarial.

Investigaciones realizadas a personas exitosas dieron como resultado una lista de características personales que se vinculan con un mayor nivel de logros. Estas características están presentes con mayor o menor nivel de desarrollo en todas las personas.

Las características emprendedoras personales que se citan aquí son las siguientes:

- Persistencia.
- Cumplimiento de compromisos.
- Exigencia de calidad y eficiencia.
- Correr riesgos calculados.
- Fijación de metas y objetivos.
- Búsqueda de información.
- Planificación sistemática y control.
- Persuasión y creación de redes de apoyo.
- Autoconfianza e independencia.
- Creatividad.

a.) Persistencia.

Esta se considera la habilidad más importante que debe tener una persona para alcanzar el éxito, es una actitud y habilidad personal que ayudará a superar cualquier carencia de la lista anteriormente citada. La persistencia ayudará a cualquier persona a lograr el éxito a pesar de cualquier circunstancia u obstáculo que se encuentre en su camino.

La persistencia según Gutiérrez (2012), consiste en tener la capacidad de mantener la firme decisión de lograr algo, insistir cuantas veces sea necesario para alcanzar el objetivo o la meta propuesta. Tomar acciones repetidas o deferentes para sobre pasar un obstáculo.

Las personas que desarrollan tanta energía con miras de alcanzar algo, que demuestran un alto nivel de motivación, que tienen una mentalidad positiva hacia la consecución de sus objetivos,

que hacen sacrificios personales para completar un determinado trabajo, son persistentes.

La persistencia es la expresión de este deseo de realización a lo largo del tiempo, ya que no todo se puede lograr de un solo golpe. El miedo al fracaso puede provocar que la persona no sea persistente y trunque sus deseos y sueños.

La persistencia no significa conseguir lo que queramos a costa de lo que sea, más bien es descubrir que es lo mejor para luego cambiar hacia esa dirección, las personas con esta característica se responsabilizan por hacer todo lo necesario para alcanzar sus metas y objetivos.

b.) Cumplimiento de compromisos.

Toda nuestra vida está llena de compromisos unos más importantes que otros, estoy seguro que la mayoría de ellos no los cumplimos por diversos motivos, pongamos un ejemplo para visualizar y demostrar lo que se manifiesta:

Compromisos:

- La reunión será a las 8 horas en punto.
- El día lunes por la mañana entrego el libro en la biblioteca.
- El día jueves pago lo adeudado.
- Entregaré este trabajo en 20 días.

Resultados:

- Llegó a la reunión a las 8:30 horas, solo media hora más tarde!
- El libro le entrego el día miércoles, ya que, "el fin de semana ni lo toqué".
- Le pago el lunes, "tuve que disponer del dinero por una emergencia"
- El trabajo entregó en más de 30 días, no le entregaron a tiempo los materiales!

Estos ejemplos muestran lo tan incumplidos que podemos ser, las consecuencias de esto son: pérdidas materiales, conflictos y desperdicio de tiempo, pero hay otro problema más serio generado por el incumplimiento, la pérdida de autoconfianza.

Si no creo en mi persona ¿cómo voy a creer en otros?, esto significa que los compromisos que hago son compromisos conmigo mismo/a.

Según Gutiérrez (2012), las personas exitosa por lo general:

- Se sacrifican y esmeran para concluir sus tareas.

- Colaboran con las demás personas para terminar a tiempo las tareas.
- Se esmeran por mantener satisfechos a sus clientes y valoran su relación a largo plazo, por encima de los beneficios a corto plazo.
- Son personas contentas satisfechas consigo mismas porque se dan cuenta que están cumpliendo.
- Se ganan la confianza de sus jefes, compañeros, clientes y familiares porque son personas responsables.

c.) Exigencia de calidad y eficiencia.

Tiene relación con las personas que hacen su trabajo rápido (buen uso del tiempo), sin demoras y utilizan bien los recursos con relación al logro de los resultados planteados. La búsqueda de la calidad por lo general es un criterio relacionado al estado final de un resultado, por ejemplo, la terminación de un mueble, un pantalón o un corte de cabello; pero la calidad también es entendida como el grado o nivel de satisfacción del cliente.

Para Gutiérrez (2012), la calidad no está dirigida solamente a la producción de artículos, sino a toda actividad personal que se haga. Es satisfactorio cuando después de hacer un trabajo, se percibe que llena los requisitos requeridos y se logran los resultados esperados.

Las personas que siempre buscan la eficiencia y buscan la calidad se preocupan por:

- Hacer las cosas mejor, más rápidas y si es posible gastando menos.
- Trabajan para lograr y superar normas de excelencia.
- Hacen uso de procedimientos que aseguren que el trabajo se concluya y se haga de acuerdo a los requisitos solicitados.

d.) Correr riesgos calculados.

El riesgo es una situación futura fuera de control de la empresa o grupo emprendedor, y que puede tener un impacto negativo sobre el resultado del proyecto.

Los emprendedores de éxito, algunas o varias veces se arriesgarán hacer algo, y así aprendieron. Quien quiera ser una persona emprendedora tendrá que arriesgarse. Según Gutiérrez (2012), "quien nada arriesga nada gana". Pero ¿se lanzaría a una piscina sin salvavidas y sin saber nadar?, ¿arriesgaría de esta manera su vida?, se preguntará ¿y lanzarme a la piscina para qué?

Seguramente no se arriesgaría solo porque sí, cada riesgo debe tener un propósito o una intención. Es importante evaluar si realmente puede permitirse arriesgar, es necesario evaluar tanto la recompensa potencial como el riesgo potencial.

h.) Persuasión y creación de redes de apoyo.

La persuasión es la capacidad de convencer a otras personas para hacer acciones en conjunto, que fortalezcan el alcance de objetivos propios y comunes.

Las personas emprendedoras de éxito desarrollan y mantienen una red de contactos de todo tipo que les dan apoyo en el desarrollo de su empresa.

La creación de redes de cooperación y apoyo es una necesidad de las personas, ya que a pesar de poder hacer muchas acciones solas, nadie puede ser absolutamente suficiente y no necesitar de las demás personas.

Cada persona es una combinación de debilidades y fortalezas, al trabajar con redes de apoyo, se procura eliminar o disminuir debilidades con las fortalezas de otras personas. El apoyo mutuo es un principio de desarrollo y lo aplican todas las entidades de ayuda y cooperación nacional e internacional, la intención de estas es que se compartan experiencias buenas y malas para aprender de ellas, reduciendo el riesgo al fracaso y procurando que las cosas funcionen mejor.

i.) Autoconfianza e independencia.

Las personas emprendedoras manifiestan como primera motivación para crear su empresa "ser mi propio jefe o jefa". Tienen la capacidad para hacer prevalecer su punto de vista a pesar de los resultados adversos, expresan confianza en su propia habilidad para finalizar una tarea complicada o hacer frente a un nuevo desafío.

La autoconfianza es sentirse seguro de lo que hace porque tiene el conocimiento, las habilidades y la confianza de lograrlo. Es una fuerza interna que le motiva a lograr su meta. Cuando un emprendedor tiene alta su Autoconfianza asume sus tareas:

- Con responsabilidad y decisión.
- Analiza y toma el camino adecuado para lograr sus metas.
- Acepta críticas constructivas, y
- Termina sus tareas a tiempo y bien hechas.

Mientras que cuando se tiene baja su Autoconfianza se manifiestan algunas de las siguientes actitudes:

- Constantemente indecisión de que hacer, sintiéndose la persona perdida y con angustia.
- Cambio constante del rumbo de las opiniones, acciones y actividades, ansiedad.
- Incumplimiento de las tareas una vez iniciadas.

- Sufrir de parálisis mental, es decir, la persona se queda analizando y analizando sin tomar una decisión final.
- Miedo de compartir las opiniones por temor a estar equivocada (enconchamiento).
- Inseguridad a tomar riesgos porque se tiene temor a fracasar.

j.) Creatividad.

Existen muchas definiciones sobre creatividad, asociándolas a elementos como la originalidad, la innovación, lo novedoso, proporcionar respuestas poco comunes a problemas del entorno y responder a necesidades creando cosas nuevas.

Para Muñoz (2013) La creatividad es uno de los rasgos de nuestro carácter que puede ayudarnos a tener vidas más satisfactorias y felices. La creatividad permite cumplir deseos personales o grupales de forma rápida, sencilla y económica.

El concepto de creatividad está estrechamente vinculado con el de innovación, ya que sin creatividad no puede existir innovación y sin innovación no se puede alcanzar un alto grado de desarrollo.

Gutiérrez (2012), manifiesta que frecuentemente escuchamos quejas de la falta de creatividad; estas ideas no son una manifestación de ausencia o escasez de creatividad, sino simplemente un estado de inconsciencia frente a los propios poderes y expresiones creadoras. La creatividad no se trata de un don celestial, del cual se ven beneficiadas sólo unas cuantas personas en el mundo.

El prestigioso psicólogo, profesor de la Universidad de Yale y ex presidente de la APA (American Psychology Association) Robert Stenberg, en su libro "La creatividad en la cultura conformista. Un desafío a las masas" propone seis factores o recursos como pilares básicos para el desarrollo de la creatividad:

Inteligencia: Lejos quedan los tiempos en los que se confundía creatividad con inteligencia. Hoy sabemos que la primera va más allá de la segunda, pero necesita de ésta. La inteligencia juega tres papeles clave en la creatividad: la inteligencia sintética, como la capacidad de producir y generar ideas originales. Pero esto no basta, es necesario hacer uso de la inteligencia analítica para evaluar nuestras ideas y discriminar aquellas que realmente tienen potencial de las que están abocadas al fracaso. Por último, la inteligencia práctica, será la que nos permita "vender" nuestras ideas, presentar nuestro trabajo con éxito ante un público.

Conocimiento: A fin de hacer un trabajo creativo, tendremos que trascender el sistema dominante en un campo determinado. Para ello tenemos que conocer cuál es ese sistema. Si no conocemos

lo que hasta el momento se ha hecho en el campo en el que queremos ser creativos, corremos el riesgo de reinventar la rueda. A veces, conocerlo todo sobre algún campo, nos puede conducir a un pensamiento estancado, inamovible, incapaz de ir más allá de los límites que establece dicho campo. Pasaríamos de ser dueños de nuestro conocimiento, a esclavos del mismo.

Estilos de pensamiento: “Los estilos de pensamiento consisten en cómo se utiliza o explora la propia inteligencia”. No debemos confundirlos con las habilidades, sino más bien con el uso que cada uno se compromete a hacer de éstas. El estilo es necesario para “encender” aquellas capacidades que, de otro modo, podrían permanecer latentes.

Personalidad: En un estudio en el que se preguntó a la gente qué características definían a la persona creativa, muchos de los participantes coincidían al describirla como “alguien que se arriesga”. Esto forma parte de la personalidad, de la manera de sentir, pensar, ser y comportarse de cada uno. No cualquiera compra un valor “perdedor” y deja escapar uno “ganador”.

Motivación: Las personas creativas hacen casi siempre algo que les gusta, por lo que sienten una motivación especial, entrando casi en un estado de “flow” (como diría el psicólogo Mihalyi Csikszentmihalyi) que les lleva a olvidarse de todo lo que no sea la tarea en la que están inmersos. La creatividad difícilmente surgirá de alguien que odia la empresa o la labor que tiene entre manos.

Contexto medioambiental: Los cinco factores anteriores se refieren al individuo, pero el lector coincidirá conmigo en que existen ciertos medios que fomentan y nutren la creatividad y otros, por contra, la aplastan. Está comprobado que en sociedades dominadas por un régimen dictatorial, se producen un menor número de trabajos creativos y no precisamente porque haya menos personas creativas, sino porque el contexto social reprime todo lo que no esté en consonancia con lo establecido.

Barreras de la creatividad

La creatividad no es solo tener buenas ideas, precisa de carácter. Si se quiere hacer un trabajo creativo se ha de tener el coraje para intentarlo y luego volverlo a intentar, enfrentándose al modo “establecido” de hacer las cosas. Es redundante decir que el momento que nos ocupa es también un tiempo de oportunidades, pero sí es importante identificar cuáles son esas oportunidades. Ahora más que nunca tenemos la posibilidad de escoger entre la creatividad (innovación) o la conformidad (hacer lo de siempre).

Pero la creatividad tiene barreras, de acuerdo a Zapatero (2013) existen barreras que coartan la manifestación creativa, su desarrollo y su utilización como herramienta fundamental de resolución de problemas, a lo largo de la vida. El siguiente cuadro muestra las diferentes

barreras a superar.

Tabla 1. Barreras de la creatividad

Barreras Ambientales
Se trata de las barreras externas a nosotros mismos, provocadas por el entorno y el contexto en que nos encontramos
• Malas condiciones del entorno donde trabajamos • Mal ambiente de trabajo • Contexto sin libertades • Situaciones de acoso
Barreras Perceptivas
Son aquellas barreras provenientes de un error, obstáculo o incapacidad en la percepción de una situación o problema. Consistiría en no ser capaces de apreciar los elementos que conforman el problema, la situación. Si no percibimos el problema, difícilmente podremos encontrar una solución creativa.
• Falta de sensibilidad en la percepción • Falta de atención a lo que nos cuentan los sentidos • No saber discriminar lo fundamental de lo secundario de cada objeto • Percibir lo superficial sin profundidad • No saber percibir pautas o patrones que se repiten • Mala interpretación de nuestras percepciones.
Barreras Emocionales
Son esas barreras que no provienen de ningún sitio, sino que las generamos nosotros mismos y nos las autoimponemos, inconscientemente, para evitar sensaciones negativas.
• Falta de motivación, sobre todo extrínseca • Pesimismo y negatividad • Ansiedad por llegar pronto a la solución • Miedo al rechazo de los demás, al fracaso, a la pérdida de control, al cambio, a ser señalado como "diferente", a tener que defender sus ideas contra todos, a la competitividad, al sufrimiento emocional.
Barreras Cognitivas
Son las barreras que presenta la mente humana debido a su funcionamiento racional y estructurador. Por decirlo de otra manera, son debidas a los defectos del pensamiento racional.
• Comprensión y entendimiento del problema • Falta o exceso de información • Falta de atención y concentración • Incapacidad para la abstracción y extrapolación • Excesiva confianza en la razón lógica • Ilusión de control • Falta de planificación y metodología
Barreras Socio - culturales
Son similares a las barreras ambientales, con la diferencia de que el individuo ha interiorizado el contexto socio - cultural, formando parte del mismo.
• Un problema tiene una solución • Dar por válida la primera aproximación (evitar el esfuerzo) • Pensar que todo está inventado ya • Rigidez de las normas 5. • Acotar y limitar el propio campo de actuación

Fuente: Zapatero, Emilio. (2013). Proyecto Recopilador de Tecnología para 4º de E.S.O.: TALLER DE CREATIVIDAD.

Características Emprendedoras Intrapersonales.

Para describir las características personales de un emprendedor es importante primero describir las características Intrapersonales, Carrizosa (2008) afirma que la **inteligencia Intrapersonal** es aquella con la cual las personas logran conocerse a sí mismos y sentirse cómodos tal como son. En el mundo empresarial y el emprendimiento es muy importante que una persona tenga un conocimiento intrapersonal para así conocer que es lo que le gusta, como va a trabajar, cuáles son sus objetivos, etc. (p. 3).

Para el profesor Howard Gardner la inteligencia intrapersonal consiste en el conjunto de capacidades que nos permite formar un modelo preciso y verídico de nosotros mismos, así como, utilizar dicho modelo para desenvolvernó de manera eficiente en la vida.

Por lo general, los sujetos con un tipo de inteligencia intrapersonal suelen mostrar tendencia a buscar realizar por sí mismos sus tareas y obligaciones, obteniendo de esta manera mejores resultados que trabajando en grupo. También tienen un profundo contacto con sus sentimientos, emociones y sensaciones, por lo cual pueden ser descriptos como individuos altamente sensibles y conscientes del dolor, de la alegría, entre otros.

La inteligencia intrapersonal se lo aplica cuando el individuo es muy consciente de sus cualidades, sus capacidades y sus limitaciones. Si estas definiciones le relacionamos al emprendimiento se podría decir que un emprendedor debe conocer y medir sus capacidades y determinar hasta dónde puede llegar, cuál es su límite, y si este límite le permite alcanzar los objetivos planteados. De ser así hay que comenzar el trabajo de lo contrario hay que replantear los objetivos de acuerdo al alcance de sus capacidades.

Entre las principales características de la inteligencia intrapersonal que cita Carrisoza (2008) se encuentran:

Capacidad de percibir las propias emociones: La percepción de las propias emociones implica saber prestarle atención a nuestro propio estado interno. Pero normalmente estamos más acostumbrados a practicar como no sentir que a sentir. Gastamos mucha energía tratando de distanciarnos de nuestras emociones, intentando no sentirlas, no pensar en ellas, no experimentarlas, unas veces porque son desagradables o difíciles y otras porque no encajan con nuestra idea de lo que debiéramos sentir.

La capacidad de controlar las emociones: Una vez que aprendemos a detectar nuestros sentimientos podemos aprender a controlarlos. Hay gente que percibe sus sentimientos con gran intensidad y claridad, pero no es capaz de controlarlos, sino que los sentimientos le dominan y arrastran. Todos en algún momento nos hemos dejado llevar por la ira, o la tristeza, o la alegría.

Pero no todos nos dejamos arrastrar por nuestras emociones con la misma frecuencia. Controlar nuestros sentimientos implica, una vez que los hemos detectado e identificado, ser capaces de reflexionar sobre los mismos. Reflexionar sobre lo que estamos sintiendo no es igual a emitir juicios de valor sobre si nuestros sentimientos son buenos o malos, deseables o no deseables.

Capacidad de automotivación: Nos motivamos a nosotros mismos cuando sabemos lo que queremos conseguir y como conseguirlo. Por tanto para desarrollar la capacidad de motivarnos a nosotros mismos, primero tenemos que aprender a fijar los objetivos que queremos conseguir. Muchas veces no sabemos bien lo que queremos, o sabemos muy bien lo que no queremos.

Con respecto a este tema Carriozza define algunas ventajas que este tipo de inteligencia brinda a los emprendedores.

Conocimiento propio. Conocerse es una de las tareas más difíciles por las que han tenido que pasar muchas personas, cuando una persona no se conoce tampoco sabe que es lo que quiere, conocerse más, da la posibilidad de conocer cuáles son sus aspiraciones y objetivos.

Trabajo productivo y organizado. Las personas que trabajan en silencio pero que son altamente productivas demuestran tener un alto grado de inteligencia intrapersonal, son personas que tienen un alto grado de concentración en las tareas que realizan y trabajan mejor solas que acompañadas.

Emociones. Conocen sus emociones por lo que saben comportarse y manejarse en situaciones incómodas o de estrés lo que los lleva a tener alguna ventaja sobre aquellos que no manejan sus emociones. En una negociación el que pierde el control de sus emociones es el que puede perder el negocio o incluso la relación con el otro negociador.

Balance. Las personas con inteligencia intrapersonal además tienden a tratar de mantener un balance entre su vida laboral y personal, sabe cómo ajustar sus objetivos de acuerdo a sus prioridades, y como organizar el tiempo para aprovecharlo y hacer todo lo que debe hacer más eficientemente.

Educación propia. La persona al conocerse en sí misma y saber cómo actuar en determinadas circunstancias, como siente, como responde, que le disgusta y que le gusta, logra saber también que le conviene y que no. En los negocios hay que saber cuáles decisiones son mejores, cuando la persona se conoce, sabe que categoría educativa le conviene.

CICLO DEL EMPRENDIMIENTO.

El ciclo del emprendimiento está compuesto por un conjunto de etapas secuenciales que a la postre llevan a que una idea de negocios se convierta en una empresa real. Según Freire citado por Araque (2009). Una empresa no se la crea de la noche a la mañana, para su éxito necesita de estudios y análisis internos y externos, su desarrollo y crecimiento se da con el paso del tiempo.

La idea de emprender una empresa sin la acción significa que todo se queda en intención, en el deseo. Posiblemente se realice hasta un plan con objetivos y metas a seguir, pero si no se lo materializa, todo queda solo en intenciones.

Según Araque (2009) el ciclo del emprendimiento consta de cinco etapas (ver gráfico 6), las cuales se analizan a continuación:

CICLO DE EMPRENDIMIENTO

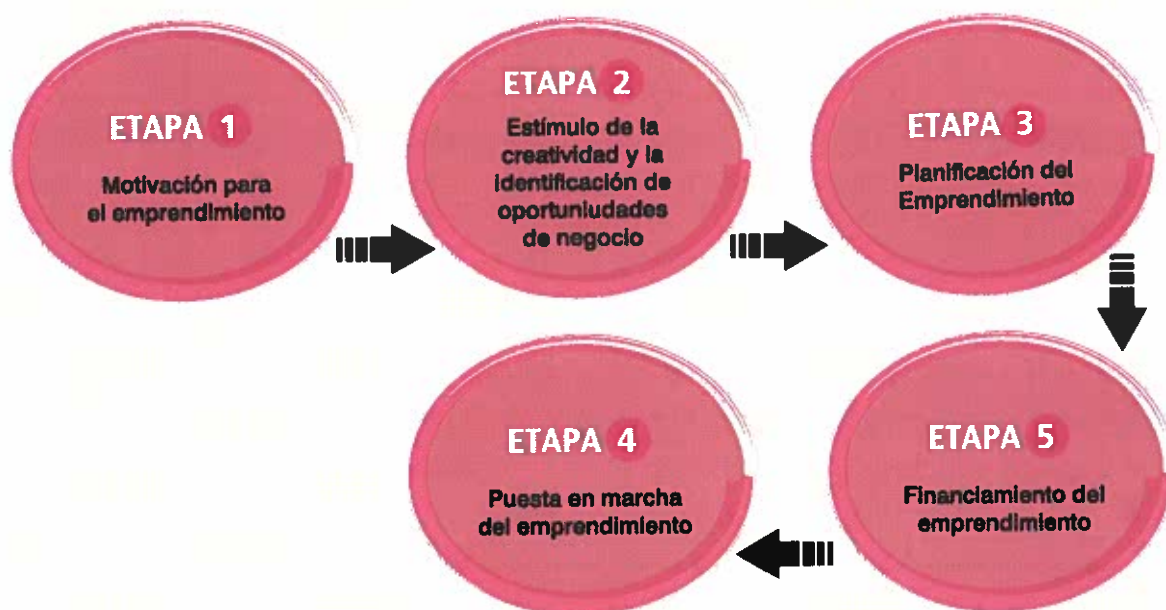


Figura 6. Ciclo del Emprendimiento
Fuente: Araque, (2009)

Etapas 1. Motivación para el emprendimiento.

El primer paso, que incide directamente en el surgimiento de una nueva empresa, es el grado de motivación al que ha llegado el emprendedor, el momento de tomar la decisión de iniciar su aventura empresarial. Sin ese combustible motivador, difícilmente un proyecto de negocios puede nacer y desarrollarse. Araque (2009)

Los puntos de origen de la motivación del emprendedor están relacionados con el ámbito de la autoestima positiva, el desarrollo de su capacidad para asumir riesgos y la confianza en sus capacidades para llevar adelante un proyecto de negocios.

Etapas 2. Estímulo de la creatividad y la identificación de oportunidades de negocio.

La creatividad está relacionada directamente relacionada con la generación, por parte del emprendedor, de ideas dirigidas a la satisfacción de alguna necesidad que aún no está siendo satisfecha parcial o totalmente en el mercado. Mariño (2005) citado por Araque (2009).

Para que surjan ideas es importante que el emprendedor busque “estimuladores para la generación de ideas”; ejemplos: visita a un centro comercial, internet, vacaciones dentro y fuera del país, asistencia a seminarios, entrevistas con expertos de negocios, lectura de libros y revistas, entre otras. Araque (2009, p. 22).

Cerca de la creatividad del emprendedor está la identificación de oportunidades de negocio que surgen de la idea que tiene el emprendedor y alguna necesidad presente en el mercado de consumo de la sociedad.

Etapas 3. Planificación del emprendimiento.

Se recomienda combinar esas ganas de crear algo propio con una importante dosis de investigación de la idea de negocio que se quiere hacer realidad, el peor error que puede cometer el emprendedor es ingresar a un negocio a ciegas.

Por esa razón es importante que el emprendedor, antes de realizar la inversión financiera que exige el nuevo negocio, tome en cuenta las siguientes recomendaciones, con el fin de que el proceso de creación de la empresa sea planificado y no improvisado.

- Tomar en cuenta el activo clave de su empresa, que constituye el recurso humano que contrata.
- Jamás debe casarse con una sola idea de negocio; es importante investigar las oportunidades de negocios que pueden existir.
- Elegir una idea de negocio, estudiarla de manera obligatoria e investigar el mercado en el cual se piensa operar.
- Elaborar el denominado “Plan de Negocios”, que es el documento donde se presenta información relacionada con las necesidades de recursos y al enfoque estratégico que se adoptará en los ámbitos comercial, financiero, operacional y del talento humano de la nueva empresa.

Etapas 4. Financiamiento del emprendimiento.

La falta de financiamiento para proyectos de emprendimiento incrementa el nivel de frustra-

ción de quienes han invertido una gran cantidad de esfuerzo en la elaboración del plan de su idea de negocio. En el caso ecuatoriano esta situación lo están viviendo los estudiantes universitarios que, ilusionados con crear su propia empresa, se encuentran, lamentablemente, con el primer gran obstáculo del ciclo del emprendimiento: "el financiamiento". Araque (2009, p. 29).

Los productos financieros que ofrecen las entidades bancarias no son la mejor alternativa para iniciar una nueva empresa, ya que existe una premisa financiera básica que recomienda iniciar un negocio sin endeudamiento, evitando el pago de intereses y el capital recibido por dicho préstamo.

Otra alternativa de financiamiento de un emprendimiento constituye la búsqueda de un socio estratégico, que pueden ser familiares o amigos cercanos. Al escoger esta opción es importante analizar de forma detallada los antecedentes laborales y personales de los futuros socios con el fin de evitar problemas posteriores. Mariño (2005) citado por Araque (2009, p. 31).

Etapas 5. Puesta en marcha del emprendimiento.

En este punto el emprendedor no solo debe tener conocimiento de cómo elaborar un plan de negocios, sino también de la forma de aplicarlo en la realidad. Es importante que el emprendedor sepa:

- Administrar el recurso humano con la que va a trabajar.
- Manejar eficientemente el recurso financiero.
- Ejecutar estrategias de marketing.
- Manejar procesos internos de la producción de bienes y servicios.
- Mantener buenas relaciones con proveedores, clientes, competidores y la sociedad en general.

Como se puede observar, aparte de aprender a elaborar un plan de negocios, es fundamental que, para garantizar la sostenibilidad en el mediano y largo plazo de la empresa, se capacite y asesore en el conocimiento de principios y herramientas relacionadas a la administración de empresas, principalmente relacionadas con el buen manejo de las áreas claves de la empresa como: talento humano, finanzas, marketing y operaciones.

BARRERAS PARA EMPRENDER.

La principal barrera que deben resolver los emprendedores es el miedo al fracaso. El temor al fracaso nos mantiene inmóviles, el miedo nos limita, nos cohibe, nos inmoviliza y disminuye nuestra calidad de vida.

Pero en nosotros está la capacidad de superar este miedo, no se trata de erradicarlo

completamente, sino más bien de estar preparado psicológicamente para cuando se presente actuar de manera adecuada y que no afecte o afecte lo menos posible nuestra autoestima y confianza, y así poder seguir enfrentando retos y aprovechando las oportunidades que se presentan.

Se dice que Thomas Edison falló unas 1.000 veces antes de lograr una bombilla incandescente comercialmente viable. No es el fracaso lo que limita nuestro progreso, sino el miedo a este.

Según David Cantone en su ensayo "como superar el miedo al fracaso" manifiesta que TODOS tenemos miedo a fracasar, es normal, está en nuestros genes. El problema es cuando este miedo nos impide hacer algo que debemos hacer para crear o aprovechar las oportunidades de la vida. Así es, si lo hacemos el fracaso es una posibilidad, pero si no lo hacemos, el fracaso es seguro.

Un antiguo proverbio japonés señala: "El miedo es tan profundo como lo permite la mente". El temor (o al menos su alcance) es una cuestión mental y, por ello, está en nuestra mano el superarlo, es decir, actuar a pesar de este.

El mismo Cantone propone cuatro ideas para superar este miedo, a continuación se analiza cada una de ellas.

a.) Todos fracasamos.- El que no falla, es porque no está intentando nada. El fracaso es normal, especialmente para la gente de éxito. En estos, los triunfos destacan sobre las decepciones, tras cada victoria existe muchas derrotas que hicieron posible la conquista de un nuevo objetivo.

b.) Exponerse al fracaso.- Exponerse al fracaso, pero de manera controlada, el que no se expone al fracaso lo teme y cuando se presenta hace daño, perjudicando la autoestima y confianza por no estar acostumbrado a este, lo que causa que estemos menos dispuesto a asumir riesgos y afrontar nuevos retos. Debemos valorar al fracaso como es, un paso previo al éxito que solo lo experimentan los que asumen riesgos y prueban cosas nuevas.

c.) Aprender del fracaso.- Del fracaso siempre se aprende, hay que examinar detenidamente lo sucedido y extraer la lección que dejó esta derrota, y así la próxima vez estará mejor preparado para obtener la victoria.

d.) Fijarse objetivos ambiciosos.- Hay que ser ambicioso a la hora de plantearse objetivos y metas, aunque no se consigan totalmente, no sería un fracaso, sino un éxito menor al previsto, lo cual no deja de ser una victoria.

Además del miedo, existen otras barreras, especialmente externas que frenan el emprendi-

miento, algunos autores manifiestan que son diez, otros seis tipos de barreras.

A continuación se analizan y resumen cuatro barreras importantes y determinantes al momento de emprender.

Falta de una idea de negocio con futuro.- Se desconocen los sistemas modernos de detección de oportunidades empresariales, sigue siendo una cuestión casual, afortunada o relacionada con el entorno del emprendedor.

A continuación se presentan las fuentes más comunes de ideas y oportunidades de negocios.

- a. **Nuestro entorno personal**, las circunstancias que rodean a cada individuo son muy diversas y particulares en cada caso, sobre todo analizar nuestra experiencia laboral, conocimientos y aficiones.
- b. **Analizar el mercado**, hay que tener en cuenta que el entorno en el que nos movemos hace que este cambie continuamente, debemos prestar especial atención al comportamiento de los consumidores particulares y colectivos, de sus deseos, sus gustos, y en definitiva el grado de satisfacción de sus necesidades.
- c. **Análisis de los negocios existentes**, asistencia a ferias, participación en seminarios, congresos, contactos en otras empresas, etc. Tratar de mejorar los procesos existentes de fabricación, distribución, producción, promoción, servicio posventa, etc.
- d. **Lectura de publicaciones**, las publicaciones son otra fuente de ideas de negocios, entre estas están: estudios, investigaciones, estadísticas, ratios, revistas, artículos, datos económicos.

Falta de experiencia laboral.- Desconocer el sector en el cual se quiere incursionar, sus procedimientos de aproximación directa y documental para estudiar un sector.

Falta de formación.- La formación de emprendedores es la gran asignatura pendiente del sistema educativo ecuatoriano, desde el año 2012 en el bachillerato los estudiantes reciben emprendimiento, el tiempo es relativamente corto para evaluar los impactos de esta medida. La falta de un conocimiento técnico aleja a las personas del emprendimiento, ya que el riesgo es muy alto.

Falta de financiamiento.- Muchas de las veces existen buenas ideas de negocios, pero la falta de recursos impide plasmarlas. El sistema financiero ecuatoriano limita seriamente el acceso a créditos al emprendedor, muy pocas son las instituciones financieras que apoyan estas iniciativas.

EL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR.

La actividad emprendedora en el Ecuador ha aumentado considerablemente en los últimos años. La estabilidad económica y política de nuestro país ha generado muchas oportunidades, que en cierta medida se han aprovechado.

De acuerdo a Monitoreo de Emprendimiento Global (GEM) 2012, señala que Ecuador es el país con mayor porcentaje de emprendimientos de la región, con el 26,6%, arriba de Chile, Perú, Colombia y Brasil. En 2010, el porcentaje fue de 21,3%.

Según estas estadísticas, la mitad de los emprendedores ecuatorianos poseen o educación secundaria o grado universitario y es que a mayor nivel educativo mejores conocimientos, habilidades y todo lo necesario para llevar al éxito a una empresa. Este estudio determinó que una de las principales motivaciones de los emprendedores es la estabilidad económica y política que perciben en el país.

De acuerdo a Virginia Lasio, directora de la ESPAE Graduate School of Management, la mayor parte de los emprendimientos nacientes o nuevos en Ecuador son negocios que, usualmente, no tienen las características ni la naturaleza para crecer y tener un impacto en el mercado. Señala que la tasa de emprendimientos por oportunidad de mejora en Ecuador es la más baja de Latinoamérica.

Ecuador tiene la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) más elevada de la región, pero los porcentajes de emprendimiento por necesidad son también los más altos.

Lasio afirma que el problema es que los emprendimientos son pequeños negocios que probablemente solo aportan con recursos a la economía familiar, o negocios que no tienen potencial de crecer, que no necesariamente generan plazas de trabajo, que es lo interesante de la creación de empresa. Ese es el tipo de emprendimiento que vemos con mayor frecuencia en Ecuador y es lo que llamamos emprendimiento de necesidad, porque el individuo hace esa actividad por no tener mejores opciones laborales.

Eso hace que tengamos un alto índice de gente iniciando negocios, pero que no tienen la naturaleza o las características que le van a permitir crecer y tener mayor impacto en la economía, además, no perduran en el tiempo y a los dos o tres años cierran.

Enfrentarse a la aventura empresarial es todo un reto y para ello es necesario estudiar y analizar planes estratégicos que sirvan para seguir unas pautas y no actuar a ciegas, en este sentido, el sector público ha apoyado la iniciativa emprendedora a través de programas como EmprendeEcuador que financia la creación de micro empresas, la SENAMI (Secretaría Nacional del Migrante) tiene el fondo Cucayo creado para migrantes emprendedores que regresan al Ecuador.

El código de la producción respalda la creación de empresas a través de incentivos, entre ellos la exoneración del Impuesto a la Renta por cinco años a empresas que fabriquen bienes usualmente importados como abonos, fertilizantes, electrodomésticos, detergentes, cosméticos, calzados, entre otros. También hay reducciones de Impuesto a la Renta a quien hagan capacitaciones para investigación, desarrollo e innovación tecnológica.

El Banco Nacional de Fomento (BNF) otorgando financiamiento a empresas de los sectores de agricultura, pesca, pequeña industria, forestal y turismo; los montos van desde 450 hasta 300 mil dólares.

La Corporación Financiera Nacional (CFN) da préstamos desde 50 mil dólares y financia hasta un 70% de un negocio nuevo, con tasas de 8 al 11%, los bancos privados por lo general entregan préstamos con tasas del 15%.

El apoyo de las Cámaras de la Pequeña Industria de algunas localidades del país ha sido importante, en estas se debaten propuestas de proyectos nacionales, se habla de redes de emprendimiento e incubación y, a través de estas, se trata de fomentar la cultura del emprendimiento en el país.

Sin embargo también han existido obstáculos y necesidades que han tenido los emprendedores, entre las más importantes Wilson Araque cita al limitado acceso a crédito (no se cuenta con capital inicial), innovación tecnológica y falta de fondos de capital de riesgo.

Además, según Diario Hoy en el país el proceso para formalizar un emprendimiento toma 56 días, 13 pasos y se necesitan \$1.300, estos indicadores ponen al país en el puesto 169 de 186 del estudio Haciendo Negocios del Banco Mundial.

El asesor económico de la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG), Carlos Molina, dice que los gobiernos han entendido que el emprendedor cumple un rol fundamental en la economía, que es el motor del desarrollo y facilitador de empleo e innovación. "Los Gobiernos están implementando planes para ayudar a la creación de empresas, pero nosotros estamos quedando rezagados".

Esto frente a países con solvencia que agilitan el proceso en 12 días, cinco pasos con costos de apenas un 4,5% del ingreso por persona al año. Canadá es uno de los países más abiertos con cinco días, un proceso y 0,4% del ingreso per cápita.

La cantidad de procesos burocráticos desaniman a los potenciales empresarios. Se considera primordial que el Gobierno tenga funcionarios especializados en asesoría técnica sobre los pasos que cada emprendedor debe seguir para beneficiarse con los créditos estatales o privados.

Las alternativas para minimizar este problema y facilitar la creación de empresas podrían ser las siguientes. Primero, establecer procedimientos en línea, que facilitarían la gestión; segundo, no establecer un requisito de capital mínimo y; por último establecer una oficina de ventanilla única, donde se hagan todos los trámites y se entregue información en un solo lugar, facilitando aún más todos los procesos para el establecimiento de microempresas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

Características del perfil del pequeño y mediano emprendedor de la Zona 1 (Esmeraldas, Imbabura, Carchi y Sucumbíos).

DATOS PERSONALES DE LOS EMPRENDEDORES.

Tabla 2. Edad actual del emprendedor

PROVINCIA	Edad actual del emprendedor				
	18 - 28	29 - 39	40 - 50	51 - 60	Mas de 60
Carchi	17,7%	27,7%	32,6%	15,6%	6,4%
Imbabura	19,2%	39,9%	27,9%	6,7%	6,3%
Sucumbíos	13,3%	45,3%	29,7%	2,3%	8,6%
Esmeraldas	13,0%	35,9%	32,5%	14,3%	4,3%
TOTAL	15,8%	37,1%	30,6%	10,2%	6,1%

Figura 7. Edad actual del emprendedor.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

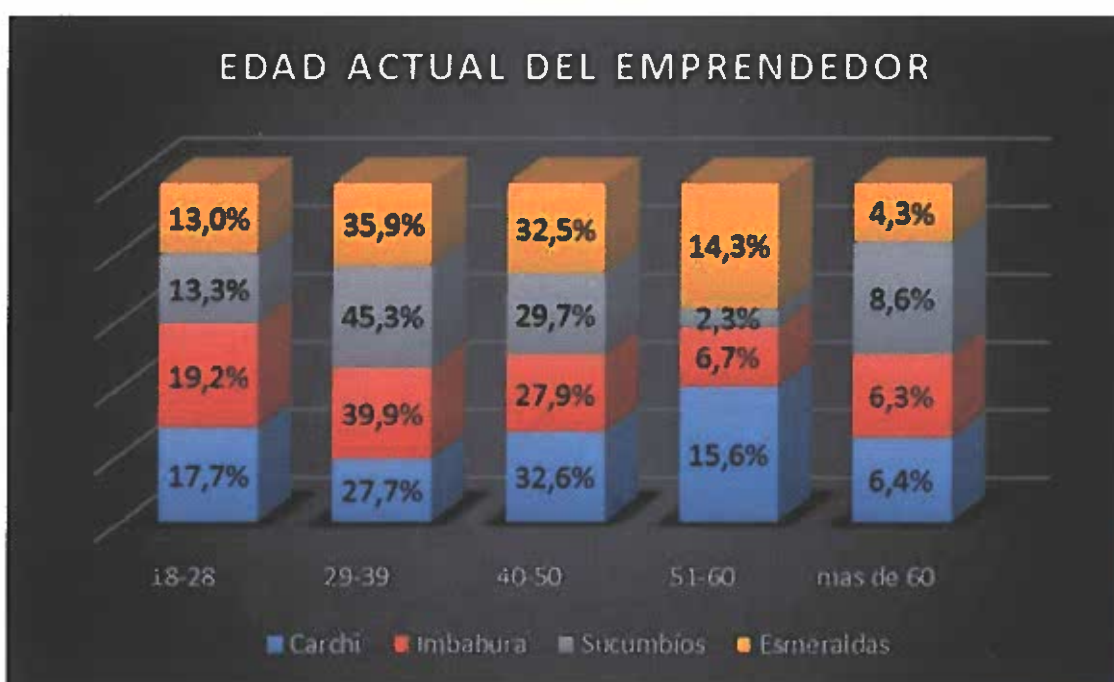


Figura 7. Edad actual del emprendedor.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

La mayoría de emprendedores actualmente se encuentran en edades comprendidas entre los 29 y 50 años, este grupo de edad alcanza más del 60% en todas las provincias de la zona 1, siendo más notorio en la provincia de Sucumbíos, donde alcanza un 75% del total. Este comportamiento de la variable edad actual indica que la población de emprendedores es relativamente joven (entre los 35 y 45 años).

Tabla 3. Edad al momento de emprender

PROVINCIA	Edad al momento de emprender					TOTAL
	18 - 28	29 - 39	40 - 50	51 - 60	Mas de 60	
Carchi	17,7%	27,7%	32,6%	15,6%	6,4%	100%
Imbabura	19,2%	39,9%	27,9%	6,7%	6,3%	100%
Sucumbíos	13,3%	45,3%	29,7%	2,3%	8,6%	100%
Esmeraldas	13,0%	35,9%	32,5%	14,3%	4,3%	100%
TOTAL	15,8%	37,1%	30,6%	10,2%	6,1%	100%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

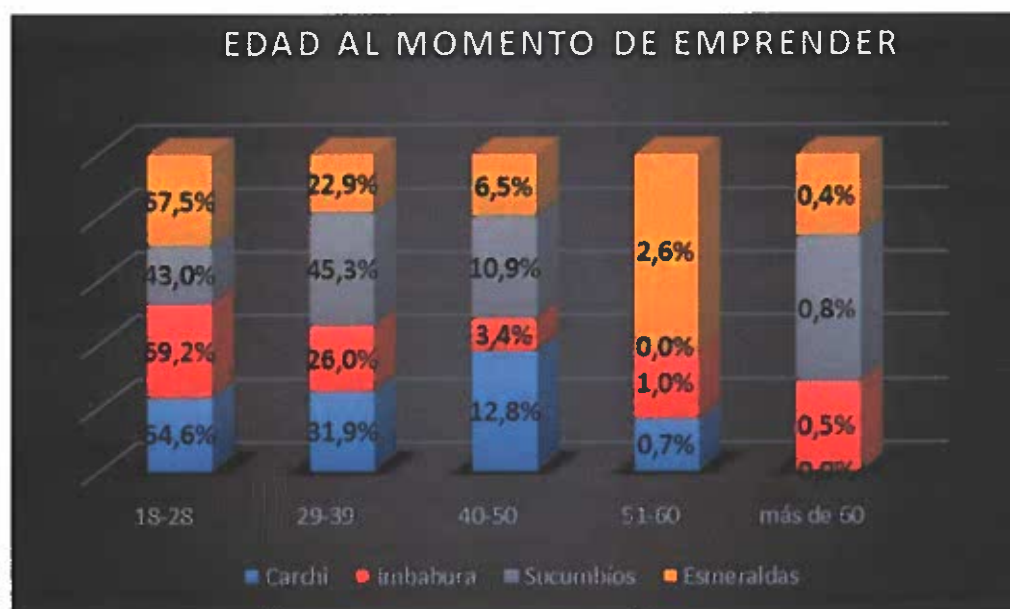


Figura 8. Edad al momento de emprender.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

La mayoría de los emprendedores inician sus negocios entre los 18 y 28 años de edad, un porcentaje bajo alcanzan los emprendedores de más de 50 años, se puede concluir que la población emprendedora en la zona 1 es joven, las razones de esta conducta son principalmente que los jóvenes asumen más fácilmente riesgos y son más intuitivos al iniciar un nuevo negocio.

Imbabura es la provincia donde los emprendedores inician sus negocios a más temprana edad (70% aproximadamente), Carchi es la provincia donde los emprendedores entre los 40 y 50 años alcanzan un porcentaje más alto (12,8%).

Existe una diferencia significativa importante entre la población de 18 a 28 años de Carchi, Sucumbíos e Imbabura, en esta última la población emprendedora es mucho más joven, todo lo contrario sucede en Sucumbíos, donde la población emprende a una edad mucho más adulta. Además, Sucumbíos es la provincia donde se encuentra mayoritariamente los emprendedores de edades comprendidas entre 29 a 39 años, mientras que Esmeraldas tiene la menor población emprendedora en este grupo de edad.

Tabla 4. Sexo del emprendedor.

PROVINCIA	Sexo del emprendor	
	Masculino	Femenino
Carchi	53,9%	46,1%
Imbabura	49,5%	50,5%
Sucumbíos	48,4%	51,6%
Esmeraldas	61,0%	39,0%
TOTAL	54,0%	46,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 9. Sexo del emprendedor.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbios (2013)

Respecto a la variable sexo del emprendedor de la zona 1, existe una ligera ventaja de los hombres con un 54%, se podría decir que los hombres emprenden más que las mujeres, pero realmente la diferencia es mínima.

Según algunos autores hay sectores naturalmente propicios a que sean las mujeres quienes identifiquen nichos y oportunidades para emprender. Además, ahora ya no es raro ver a mujeres conduciendo un taxi o un vehículo de transporte público.

J.Wilkens (1987) y R. Hirisch (1986), citados por el blog Orientación Emprendedores León (2013) justifican el hecho de este aumento de emprendedoras en dos aspectos fundamentales: Primero, La mujer suele tener más dificultades para desarrollar una carrera convencional como ejecutiva, ámbito que todavía hoy 2013 sigue estando muy copado por el hombre. Y segundo, queramos o no, la mujer sigue llevando el mayor peso dentro del ámbito familiar, y por tanto le cuesta más conciliar la vida familiar con la laboral, por ello se lanza cada vez más al emprendimiento.

En la provincia de Esmeraldas la participación femenina es considerablemente menor que las otras provincias, de acuerdo a un estudio realizado por la Fundación Innova de la Economía Social (2013) las principales causas de la barreras del emprendimiento femenino son: la cultura

patriarcal, financiación masculinizada (acceso al crédito restringido), formación segregada, falta de experiencia profesional de las mujeres y las escasas redes femeninas de cooperación.

Tabla 5. Estado civil del emprendedor

PROVINCIA	Estado civil del emprendedor				
	Soltero	Casado	Divorciado	Union libre	Viudo
Carchi	19,9%	63,1%	9,2%	3,5%	4,3%
Imbabura	16,3%	72,1%	7,2%	1,9%	1,9%
Sucumbíos	22,7%	59,4%	2,3%	13,3%	2,3%
Esmeraldas	20,08%	61,9%	6,1%	8,2%	3,0%
TOTAL	19,6%	64,7%	6,4%	6,4%	2,8%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

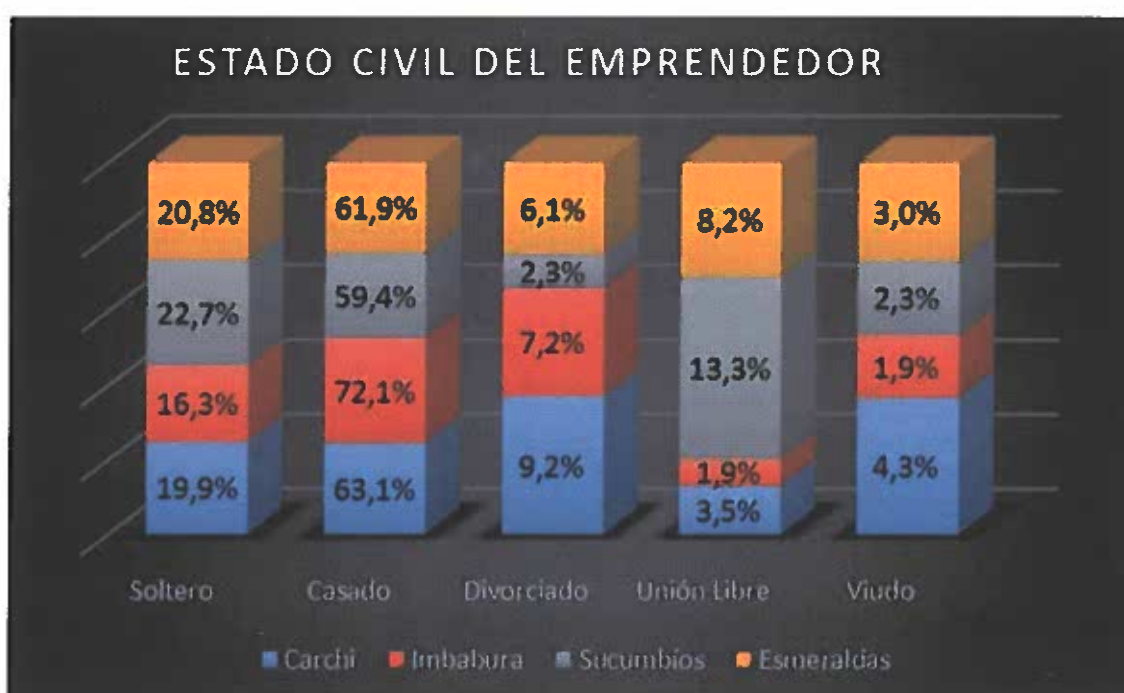


Figura 10. Estado civil del emprendedor.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

El 65% de los emprendedores están casados, el comportamiento de esta característica se puede establecer por el hecho de que estas personas sienten mayor responsabilidad con su hogar y su familia, buscan estabilidad económica y familiar.

Los emprendedores solteros alcanzan apenas el 20%, un fenómeno inusual, ya que según Araque (2009), "cuando las personas son solteras tienden a ser más arriesgadas que las casadas a la hora de empezar un negocio nuevo, ya que si la empresa fracasa no existen hijos y/o

Tabla 6. Qué profesión tenían sus padres antes que usted emprenda

PROVINCIA	Qué profesión tenían sus padres antes que usted aprenda					
	Comerciantes	Independientes	Emp. Públicos	Emp. Privados	Agricultor	No tenía
Carchi	35,5%	40,4%	13,5%	7,1%	3,5%	0,0%
Imbabura	43,0%	37,2%	9,2%	8,2%	1,0%	1,4%
Sucumbíos	34,4%	44,5%	8,6%	4,7%	6,3%	1,6%
Esmeraldas	34,2%	48,9%	6,9%	5,6%	3,9%	0,4%
TOTAL	37,1%	43,0%	9,2%	6,5%	3,4%	0,8%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

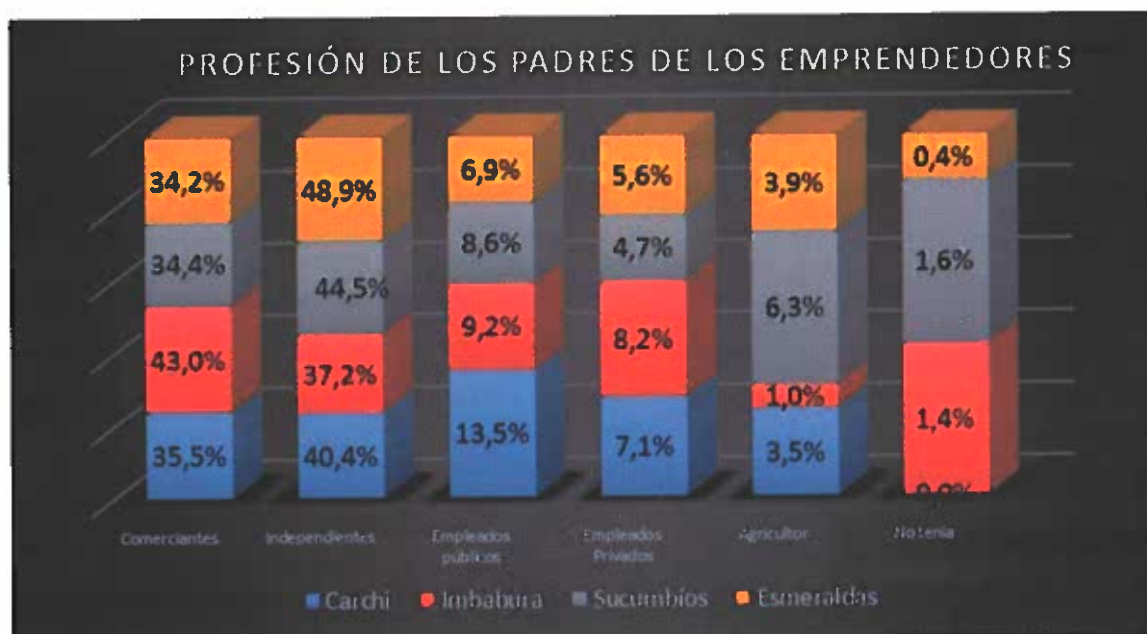


Figura 11. Profesión de los padres de los emprendedores.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Lo que se pretende saber es si los emprendedores heredaron actitudes y habilidades de sus padres y su influencia en la generación de micro empresas. Claramente se observa que el 80% de los padres de emprendedores eran trabajadores autónomos, es decir, no dependían de un patrono o un jefe.

Se puede concluir que el emprendedor de la zona 1 adquiere de sus padres ese espíritu emprendedor que le hace mucho más arriesgado y audaz para el desarrollo de negocios y empresas.

DATOS EDUCATIVOS DE LOS EMPRENDEDORES.

Tabla 7. Experiencia laboral antes de emprender

PROVINCIA	Experiencia laboral antes de emprender			
	1 a 3 años	4 a 6 años	Más de 6 años	Ninguno
Carchi	16,3%	20,6%	28,4%	34,8%
Imbabura	15,4%	16,3%	37,0%	31,3%
Sucumbíos	25,8%	14,8%	29,7%	29,7%
Esmeraldas	26,8%	19,0%	29,4%	24,7%
TOTAL	21,2%	17,8%	31,5%	29,5%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

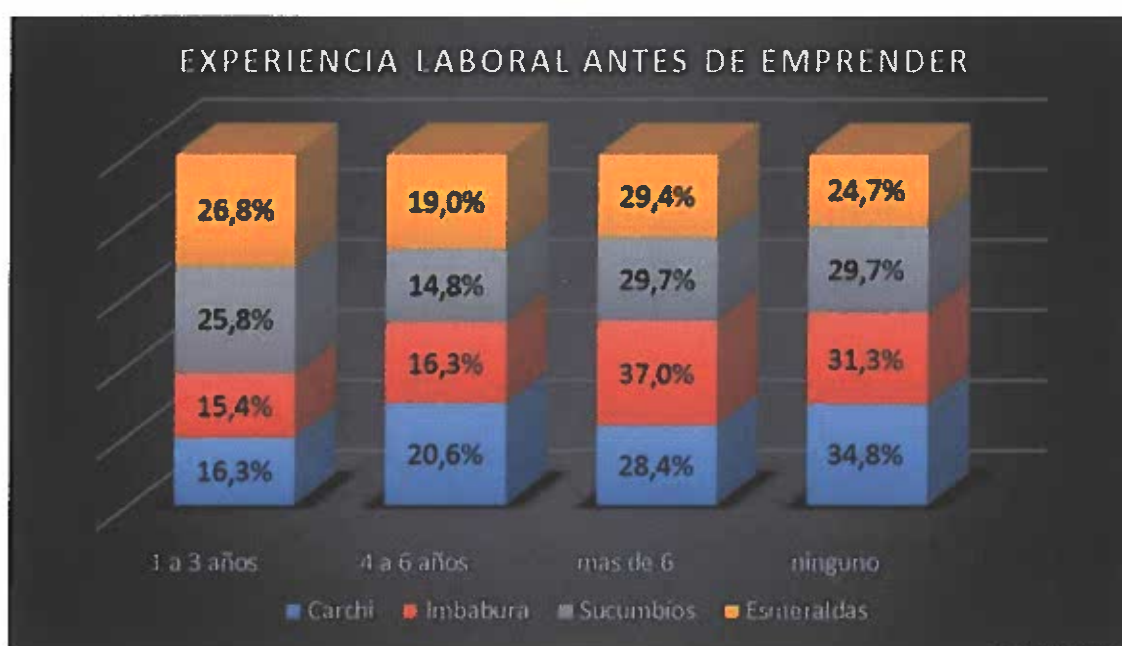


Figura 12. Experiencia laboral antes de emprender.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

La gran mayoría de los emprendedores tenía por lo menos un año de experiencia y conocimiento del negocio, esta práctica hace que el emprendedor adquiera conocimientos y habilidades específicas inherentes a sus negocios futuros. Factor un tanto negativo de esta práctica y que puede desacreditar al futuro emprendedor, es que se vuelve competencia de la empresa donde prestaba sus servicios.

Un 30% de los emprendedores no tiene ninguna experiencia antes de iniciar su negocio, lo que indudablemente es un factor de alto riesgo, ya que posiblemente estén incursionando en un área de negocios poco o nada conocida.

Tabla 8. Características más importantes para el éxito del emprendimiento

PROVINCIA	Cuál de las siguientes características fué la más importante para tener éxito en su emprendimiento				
	Creatividad e innovación	Capacidad para solucionar problemas	Liderazgo	Autoconfianza	Pro actividad
Carchi	31,2%	16,3%	17,7%	26,2%	8,5%
Imbabura	31,7%	14,4%	20,7%	27,9%	5,3%
Sucumbíos	26,6%	28,1%	6,3%	32,8%	6,3%
Esmeraldas	35,1%	14,7%	18,6%	26,8%	4,8%
TOTAL	31,8%	17,4%	16,8%	28,1%	5,9%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 13. Características importantes para el éxito del emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

La característica más importante para el éxito de un emprendimiento, según los emprendedores de la zona 1, es la creatividad e innovación, seguido por la auto confianza.

De acuerdo a la página WEB crecenegocios.com, la creatividad e innovación empresarial no sólo son elementos esenciales para alcanzar el éxito en una empresa, sino también, son requisitos indispensables para la supervivencia de ésta, ya que permiten asegurar una posición competitiva en el mercado. En páginas anteriores se definió el perfil del emprendedor, donde la creatividad juega un papel decisivo en el éxito de un emprendimiento.

El análisis provincial muestra que en la provincia de Sucumbíos la característica más importante para el éxito es la autoconfianza (33%), seguido por la capacidad de solucionar problemas y en tercera posición se encuentra la creatividad e innovación, un comportamiento inusual respecto al criterio de las otras provincias.

Tabla 9. Nivel de formación académica del emprendedor

PROVINCIA	Cuál es su actual nivel de formación académica					
	Primaria	Secundaria	Superior incompleta	Superior completa	Post grado	Capacitación profesional
Carchi	10,6%	35,5%	25,5%	26,2%	1,4%	0,7%
Imbabura	17,3%	41,3%	21,2%	17,3%	2,4%	0,5%
Sucumbíos	18,0%	49,2%	18,8%	18,8%	1,6%	0,8%
Esmeraldas	21,6%	42,0%	20,3%	20,3%	0,4%	0,0%
TOTAL	17,5%	41,8%	21,3%	17,5%	1,4%	0,4%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

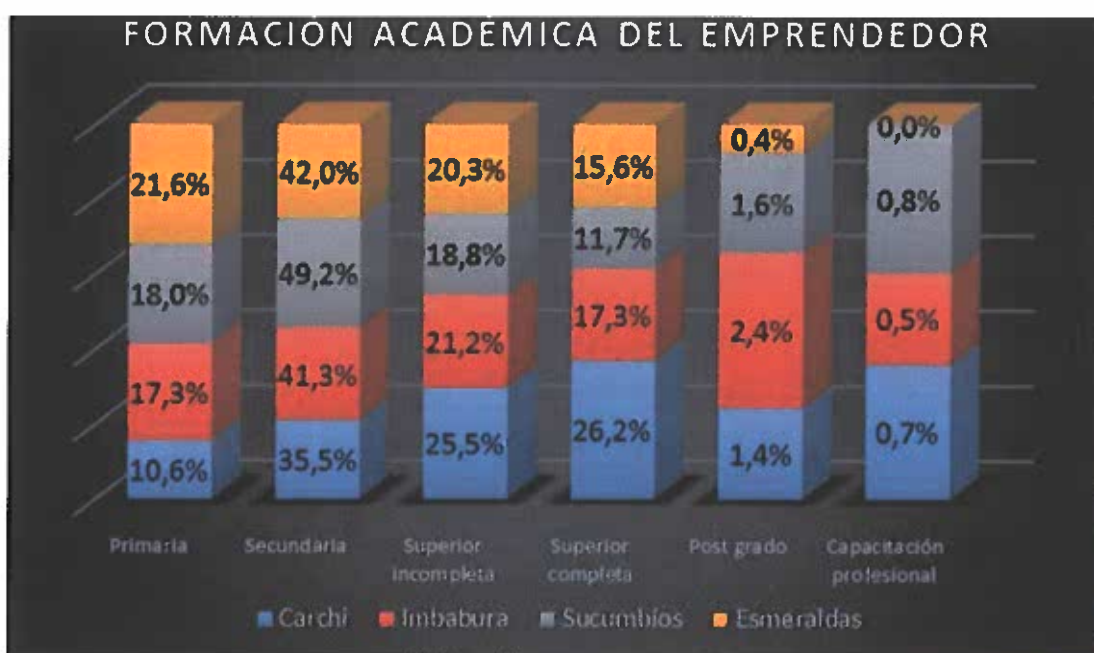


Figura 14. Características importantes para el éxito del emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

El capital humano de los emprendedores todavía se sitúa en una posición inferior, apenas el 1,4% tiene estudios de post grado, y el 17,5% tiene formación de pregrado completa, especialmente en estudios de Administración de Empresas y Contabilidad. Esto indica que la capacitación del sector empresarial debe mejorar; la formación académica está vinculada a la aptitud y al desarrollo de capacidades y habilidades.

Es preocupante ver que el 17,5% de emprendedores tiene apenas un grado de formación primaria, de acuerdo al criterio de Freire (2004), el emprendedor nace y se hace, se hace al momento que en el aprendizaje educativo adquiere capacitación académica y aprendizaje técnico. El Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) y el Ministerio de Educación (MEC) impulsan de manera conjunta la creación de bases curriculares de emprendimiento para segundo y tercer año de bachillerato con el fin de fortalecer una cultura de emprendimiento en los jóvenes del país.

A más de ser un problema estructural de nuestro país, el bajo nivel de formación académica de los emprendedores de la zona 1 radica en el difícil acceso a la educación superior y el poco tiempo que estos tienen destinados a su preparación.

Tabla 10. Necesidades de formación académica

PROVINCIA	Necesidad de formación académica	
	Antes de iniciar un emprendimiento	Una vez puesto en marcha la iniciativa empresarial
Carchi	80,7%	19,3%
Imbabura	78,3%	21,7%
Sucumbíos	78,9%	21,1%
Esmeraldas	81,4%	18,6%
TOTAL	79,9%	20,1%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 15. Características importantes para el éxito del emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Los emprendedores de la zona 1, en su gran mayoría consideran necesario el nivel de formación antes de iniciar un emprendimiento. De acuerdo a Amaya (2008), el emprendedor antes de iniciar su negocio debe desarrollar ciertas características que le garanticen minimizar los riesgos, entre las más importantes están: la disciplina, tomar decisiones adecuadas, liderazgo, relaciones interpersonales y ser un buen administrador.

Por lo general, cuando se crean emprendedores por necesidad, existen pocas capacidades iniciales, que se van desarrollando al mismo tiempo que su empresa, pero lo ideal es que el empresario esté preparado y motivado antes de iniciar su emprendimiento.

Tabla 11. Formación considerada más útil para el emprendimiento

PROVINCIA	Que tipo de información más útil en su emprendimiento				
	Diseño de Plan de Negocios	Planificación de Operaciones	Marketing	Planificación Organización/ Estratégica	Finanzas
Carchi	31,2%	5,7%	29,1%	24,8%	9,2%
Imbabura	21,6%	3,4%	44,7%	17,3%	13,0%
Sucumbíos	25,0%	7,0%	28,9%	19,5%	19,5%
Esmeraldas	20,3%	8,2%	35,1%	23,4%	13,0%
TOTAL	23,7%	6,1%	35,6%	21,2%	13,4%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

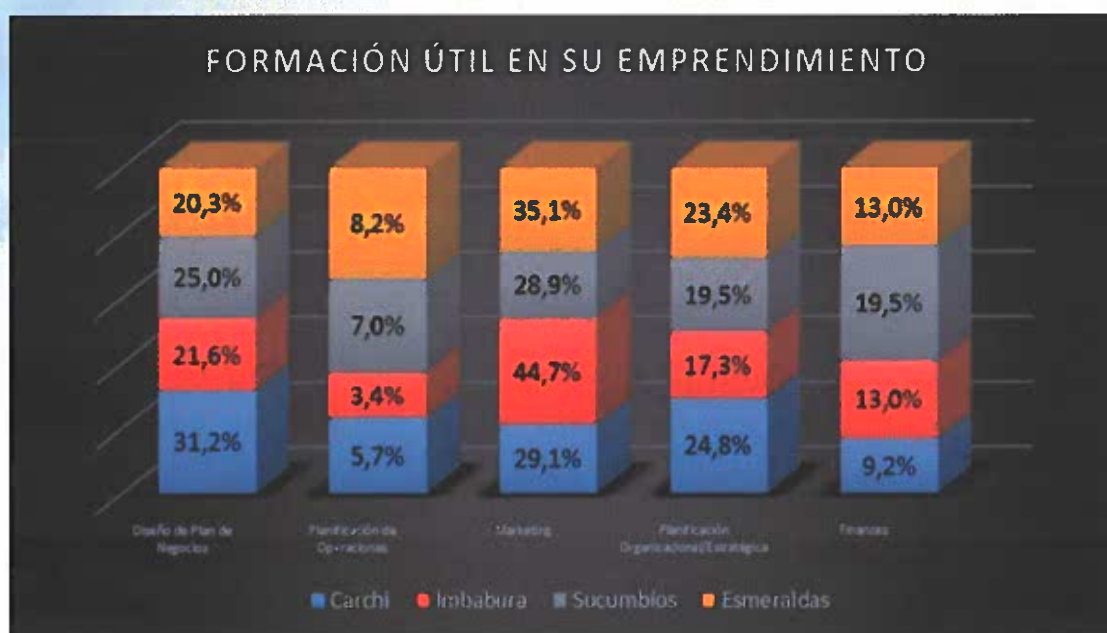


Figura 16. Formación considerada más útil para el emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbios (2013)

Si bien es cierto el emprendedor debe conocer y manejar eficientemente todas las áreas que se relacionan con el manejo de la microempresa, pero estos consideran que el Marketing es de mayor utilidad para el emprendimiento, seguido por el diseño de planes de negocios (24%).

Realizando un análisis por provincias se puede identificar que en Esmeraldas (35%) y especialmente en Imbabura (45%), la utilidad del Marketing alcanza un nivel más alto. Se podría considerar que se da este fenómeno por ser provincias con mayor desarrollo empresarial, donde las microempresas adoptan estrategias Mercadológicas más agresivas, debido al nivel de competencia que experimentan.

Tabla 12. Asistencia a cursos sobre actividad emprendedora

PROVINCIA	Ha asistido algún curso de formación asociado a la actividad emprendedora	
	SI	NO
Carchi	56,0%	44,0%
Imbabura	38,9%	61,1%
Sucumbios	35,9%	64,1%
Esmeraldas	37,2%	62,8%
TOTAL	41,2%	58,8%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbios (2013)



Figura 17. Asistencia a cursos sobre actividad emprendedora.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Aproximadamente el 60% de los emprendedores no han asistido a cursos donde se fomenta la actividad emprendedora. Se podría inferir que todas las gestiones del manejo empresarial se las realiza de manera empírica y sin ningún sustento técnico y científico.

De acuerdo a Claver y Molina (2009), una sociedad requiere la existencia de personas emprendedoras, con iniciativa, proactivas, innovadoras, líderes, que trabajen con entusiasmo para construir su propio futuro, que asuman retos, que trasciendan, que produzcan riqueza, que generen conocimiento, que muevan la economía y el mercado, que compitan sana y lealmente, que contribuyan a forjar un ambiente de equidad, oportunidades múltiples y libertad.

Si hay gente emprendedora, hay emprendimiento y con este hay producción de ideas, proyectos, empresas y alianzas productivas. Todo emprendedor debe capacitarse en la gestión empresarial y en identificar oportunidades de negocio.

Analizando el comportamiento por provincias, en Carchi es donde los emprendedores más se capacitan (56%) y en Sucumbíos apenas el 36% de ellos han asistido a cursos donde se fomenta la actividad emprendedora.

Estadísticamente existe una diferencia significativa porcentual entre la provincia del Carchi y el resto de la zona, ya que los emprendedores de esta provincia asistieron mayoritariamente a cursos asociados a la actividad emprendedora.

Tabla 13. Instituciones de las cuales se recibió cursos asociados a la actividad emprendedora

PROVINCIA	De qué institución recibió usted el curso					
	Universidad	Gobierno Provincial	Centros de capacitación	Gobierno Municipal	ONG	Empresa Privada
Carchi	19,0%	10,1%	20,3%	5,1%	11,4%	34,2%
Imbabura	22,0%	1,2%	30,5%	12,2%	2,4%	31,7%
Sucumbíos	15,0%	13,0%	34,8%	10,9%	2,2%	23,9%
Esmeraldas	20,5%	8,0%	46,6%	9,1%	2,3%	13,6%
TOTAL	37,1%	43,0%	33,2%	9,2%	4,7%	25,8%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

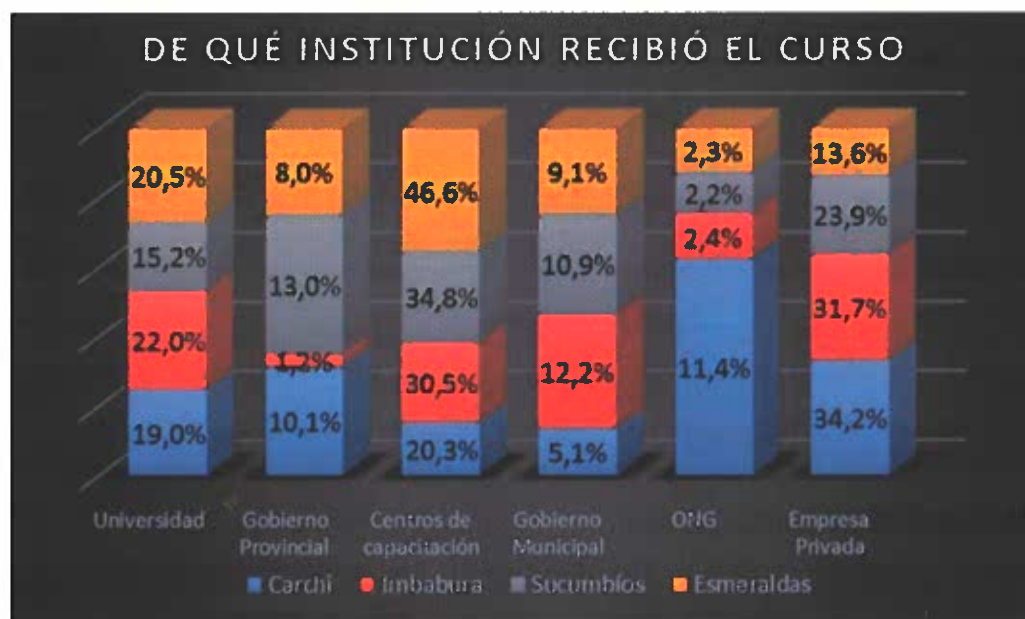


Figura 18. Instituciones de las cuales se recibió cursos asociados a la actividad emprendedora.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Las instituciones que desarrollan más procesos de capacitación de la actividad emprendedora son las empresas privadas y los centros de capacitación, la universidad apenas alcanza un 20%.

Fomentar el emprendimiento desde la universidad permite a los jóvenes afianzar unos conocimientos y motivación suficientes para lanzarse a la aventura empresarial, incluso, durante sus estudios. El emprendimiento es una alternativa para generar empleo y autoempleo y reduce considerablemente la falta de trabajo.

La universidad debe estar preparada para asumir esta responsabilidad, mejorar sus procesos

académicos y a través de la investigación generar unidades productivas que promuevan el desarrollo microempresarial.

El comportamiento provincial de esta variable muestra que en Esmeraldas el 47% de los emprendedores reciben cursos asociados a la actividad emprendedora desde los centros de capacitación, mientras que en Carchi la participación de las ONG's alcanza una importante participación.

Tabla 14. Motivos para asistir a cursos sobre actividades emprendedoras

PROVINCIA	Cuáles han sido los motivos para asistir a ellos		
	No ha optado por seguir una formación superior formal	Mejorar sus habilidades y capacidades en el tema de emprendimiento	Necesidad de actualización en un área de conocimiento
Carchi	1,3%	73,4%	25,3%
Imbabura	2,4%	57,3%	40,2%
Sucumbíos	2,2%	63,0%	34,8%
Esmeraldas	3,4%	65,9%	30,7%
TOTAL	2,4%	65,1%	32,5%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 19. Motivos para asistir a cursos sobre actividad emprendedora.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

La mayoría de emprendedores asiste a estos cursos para mejorar sus habilidades y capacidades en el tema de emprendimiento, especialmente en la provincia del Carchi (73,4%), mientras que en Imbabura 4 de cada 6 emprendedores lo hacen porque necesitan actualizarse en alguna área del conocimiento asociada al emprendimiento.

Tabla 15. Modalidad de los cursos a los cuales ha asistido el emprendedor

PROVINCIA	De las siguientes modalidades indique a cuales ha asistido		
	Curso presencial	Seminarios / Talleres	E - learning (curso virtual)
Carchi	51,9%	46,8%	1,3%
Imbabura	57,3%	42,7%	0,0%
Sucumbíos	47,8%	43,5%	8,7%
Esmeraldas	47,7%	50,0%	2,3%
TOTAL	51,5%	46,1%	2,4%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

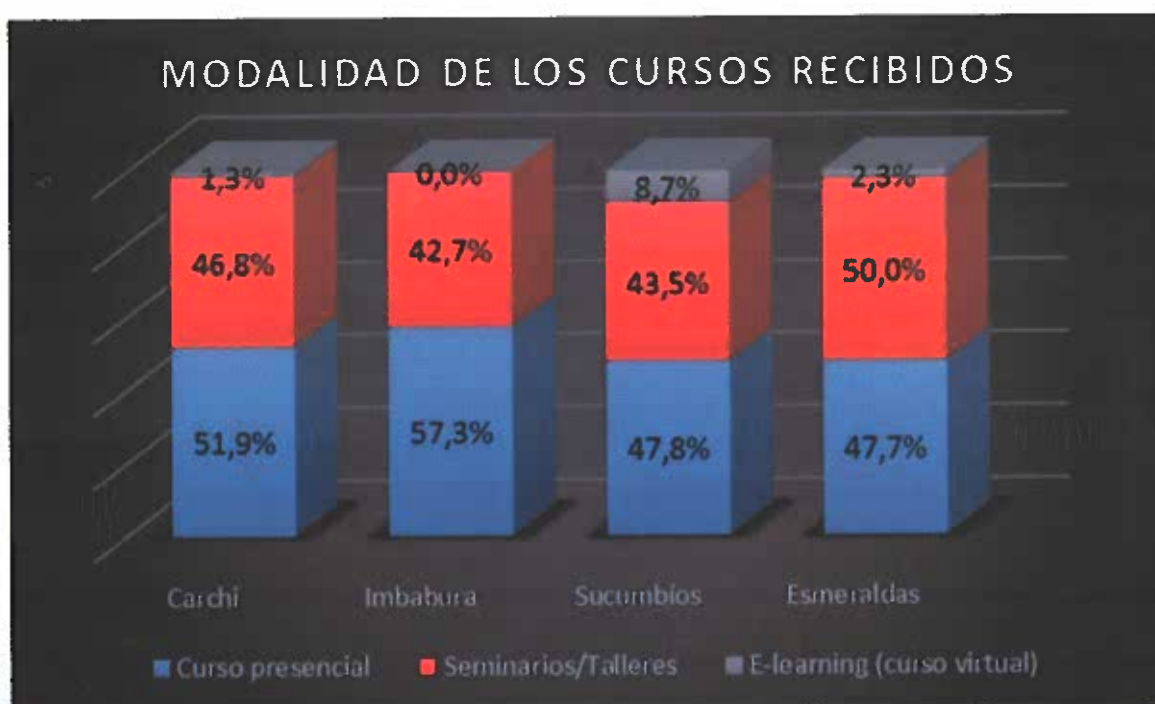


Figura 20. Modalidad de los cursos recibidos.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Los empresarios prefieren asistir a cursos de emprendimiento cuya modalidad sea presencial y a seminarios talleres. Los emprendedores no prefieren los cursos virtuales, posiblemente una barrera tecnológica impide la preferencia por este tipo de cursos. Este es un comportamiento constante en todas las provincias de la zona 1.

Es importante que desde la universidad se impulse la realización de estos cursos y se pueda transferir la tecnología que se desarrolla en este tipo de centros de estudios; esto con el objeto que desde el alma mater se generen estrategias que incentiven la creación de microempresas.

Tabla 16. Metodología de aprendizaje más efectiva para el emprendedor

PROVINCIA	Cuál de las siguientes metodologías de aprendizaje fue la más efectiva para desarrollar sus conocimientos y habilidades				
	Clases Teóricas	Diseño de Proyectos	Teórica / práctica	Estudio de casos	Otras
Carchi	8,9%	10,1%	74,7%	2,5%	3,8%
Imbabura	13,4%	7,3%	74,4%	0,0%	4,9%
Sucumbíos	10,9%	13,0%	67,4%	4,3%	4,3%
Esmeraldas	12,5%	8,0%	77,3%	1,1%	1,1%
TOTAL	11,5%	9,2%	74,2%	1,7%	3,4%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

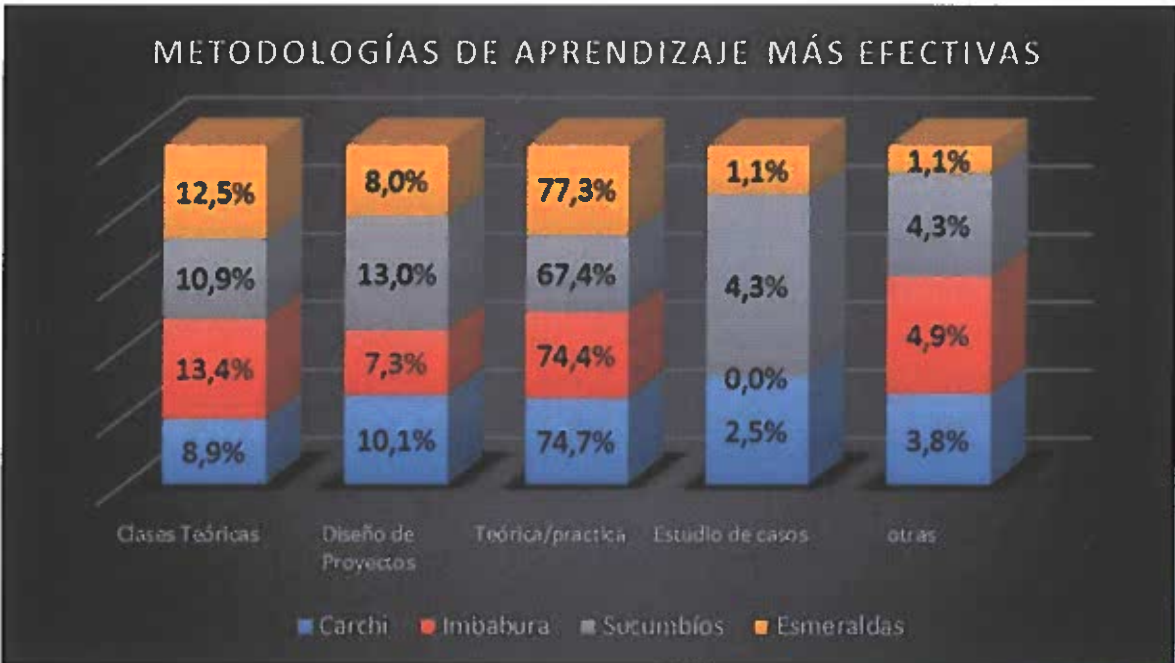


Figura 21. Metodología de aprendizaje más efectiva.
Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Analizando las metodologías de aprendizaje impartidas en estos cursos de emprendimiento se puede claramente notar que la más efectiva fue la modalidad teórico/práctica, 7 de cada 10 asistentes consideran que esta metodología les permitió desarrollar mejor sus capacidades y habilidades.

La modalidad teórico/práctica se basa en los conocimientos teóricos previos y permiten el desarrollo de las enseñanzas teóricas mediante la resolución de casos y problemas concretos. Las clases prácticas consisten en que el capacitado tenga contacto con instrumentos de resolución de problemas y toma de decisiones en casos concretos, que les acercan a las situaciones reales y permiten comprender la aplicación práctica de los modelos teóricos.

Más aun cuando se trata de la generación de microempresas existen metodologías teórico/prácticas, donde el emprendedor realiza estudios de factibilidad y planes de negocios que le permiten disminuir riesgos y afrontar de una manera mucho más técnica la creación de su propia microempresa.

DATOS SOCIO-PRODUCTIVOS

Tabla 17. Años de funcionamiento de la pequeña y mediana empresa

PROVINCIA	Cuántos años de funcionamiento tiene la empresa				
	1 - 5	6 - 10	11 - 15	16 - 20	Más de 20
Carchi	38,3%	22,0%	10,6%	10,6%	18,4%
Imbabura	36,7%	30,4%	10,6%	4,3%	16,9%
Sucumbíos	43,8%	28,9%	10,9%	4,7%	11,7%
Esmeraldas	36,8%	30,7%	16,9%	5,2%	9,5%
TOTAL	38,3%	28,6%	12,7%	5,9%	13,9%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

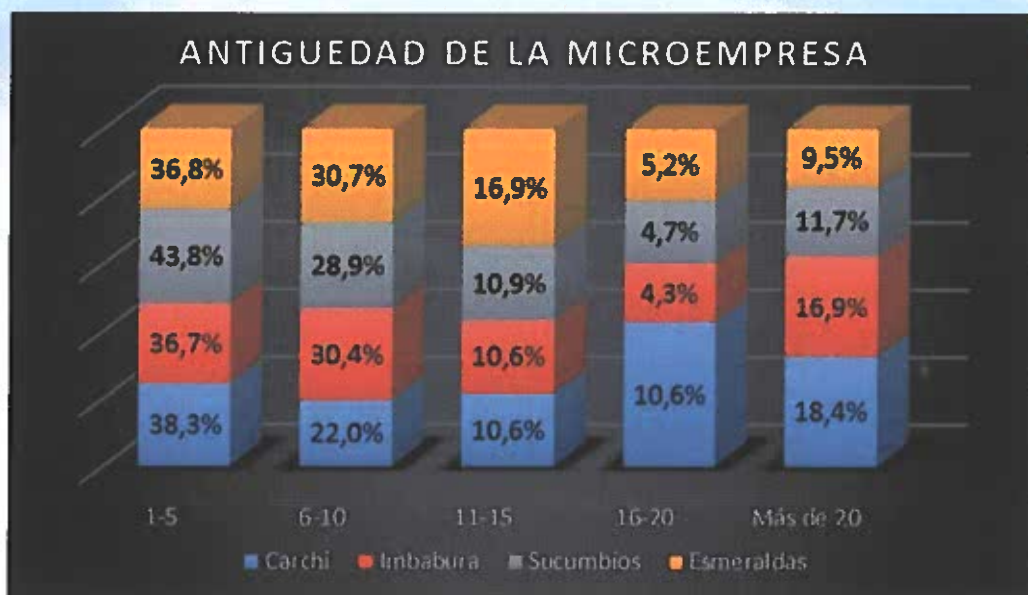


Figura 22. Años de funcionamiento de la pequeña y mediana empresa.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Analizando los años de funcionamiento de la microempresas se observa que aproximadamente 7 de cada 10 empresas tienen entre uno y diez años de funcionamiento, y aproximadamente un 20% tienen una edad superior a 16 años.

Las provincias de la zona 1 tienen empresas muy jóvenes, esto es muy positivo porque se nota un desarrollo microempresarial importante en los últimos años. Pero también, este fenómeno puede originarse en el hecho de que las empresas no pueden sostenerse en el tiempo, y los emprendedores buscan nuevas oportunidades de negocios.

Guido Caicedo entrevistado por Diario Hoy (2013), afirma que “quienes emprenden informalmente apenas han terminado la secundaria y lo hacen por necesidad...”, es decir, que estas personas no poseen los conocimientos técnicos para formar empresas y si las generan lo hacen desde la visión de la oferta (por necesidad), mas no por haber identificado una oportunidad de negocio o nicho de mercado, estos factores hacen muy vulnerable a la empresa y el riesgo que no se mantengan en el tiempo es alto.

Tabla 18. Número de socios o accionistas de la empresa

PROVINCIA	Número de socios o accionistas de la empresa		
	1	2 - 5	Más de 5
Carchi	76,6%	21,3%	2,1%
Imbabura	81,3%	17,8%	1,0%
Sucumbios	78,0%	21,3%	0,8%
Esmeraldas	75,3%	23,8%	0,4%
TOTAL	77,8%	21,1%	1,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

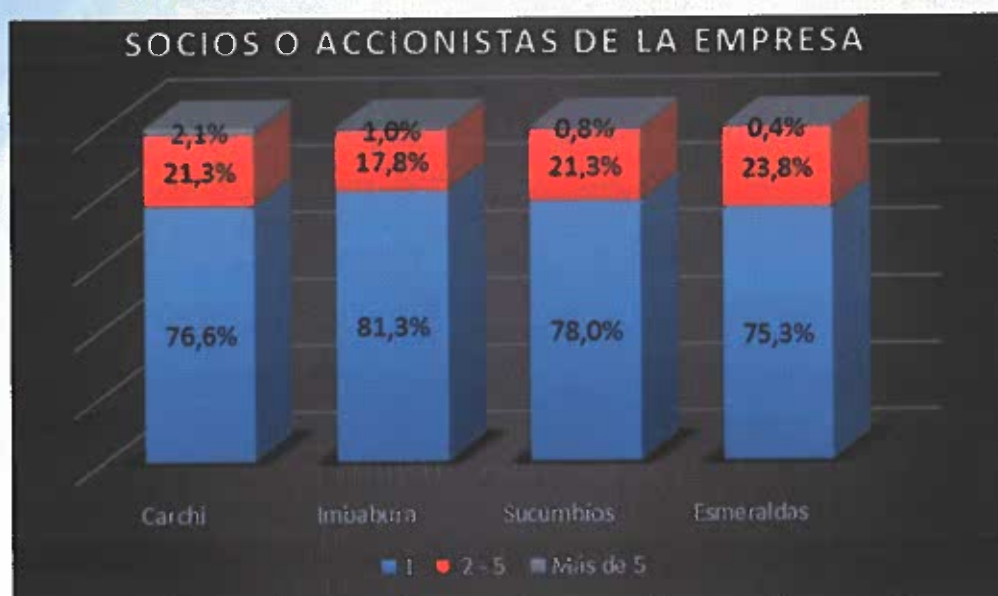


Figura 23. Números de socios o accionistas de la empresa.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbios (2013)

De acuerdo al número de socios de las empresas que se forman en la zona 1, 8 de cada 10 son unipersonales, es decir, formadas por un solo socio.

Generalmente las empresas de más de un socio son empresas familiares, pero en general el emprendedor prefiere establecer negocios de manera individual, entre las razones para esta decisión pueden ser la independencia, el manejo y toma de decisiones autónomas.

Los emprendedores conocen que los riesgos de formar empresas familiares son altas y saben que deben afrontar problemas complejos que limitan su desarrollo. De acuerdo a Imanol Belausteguigoytia (s/f) los problemas más comunes son: Primero, familismo (Nepotismo), una organización familista es aquella que incluye parientes ineficaces, generalmente con la idea de dar trabajo a miembros de la familia. Segundo, confusión entre empresa y familia, la empresa familiar podría ser concebida como la unión de dos subsistemas: empresa y familia, imagine dos círculos que se intersectan: uno de ellos corresponde a la empresa y el otro a la familia; la zona de intersección, producto de la unión de ellos, se denomina zona de conflicto, resulta evidente que, en la medida que los círculos se separen, esta zona de intersección será menor; si se desea reducir el potencial de conflicto (intersección entre círculos), habrá que dar un tratamiento adecuado a ambos subsistemas y, esto no es otra cosa que separarlos. Tercero, resentimiento (conflictos emocionales) en el caso de las empresas familiares, la influencia de la familia sobre la empresa es enorme, esta naturaleza afectiva proviene de la dimensión familiar y debe ser canalizada adecuadamente. Se dice que la familia es emocional mientras que la empresa es racional.

Estas entre otras causas son por las que los emprendedores prefieren establecer solos sus unidades productivas.

Tabla 19. Número de empleados que laboran actualmente en la empresa

PROVINCIA	Cuántos empleados laboran actualmente en la empresa			
	1 - 5	6 - 10	11 - 20	Más de 20
Carchi	89,4%	8,5%	2,1%	0,0%
Imbabura	84,6%	11,1%	2,9%	1,4%
Sucumbíos	89,8%	5,5%	3,1%	1,6%
Esmeraldas	86,6%	11,3%	1,3%	0,9%
TOTAL	87,1%	9,6%	2,3%	1,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

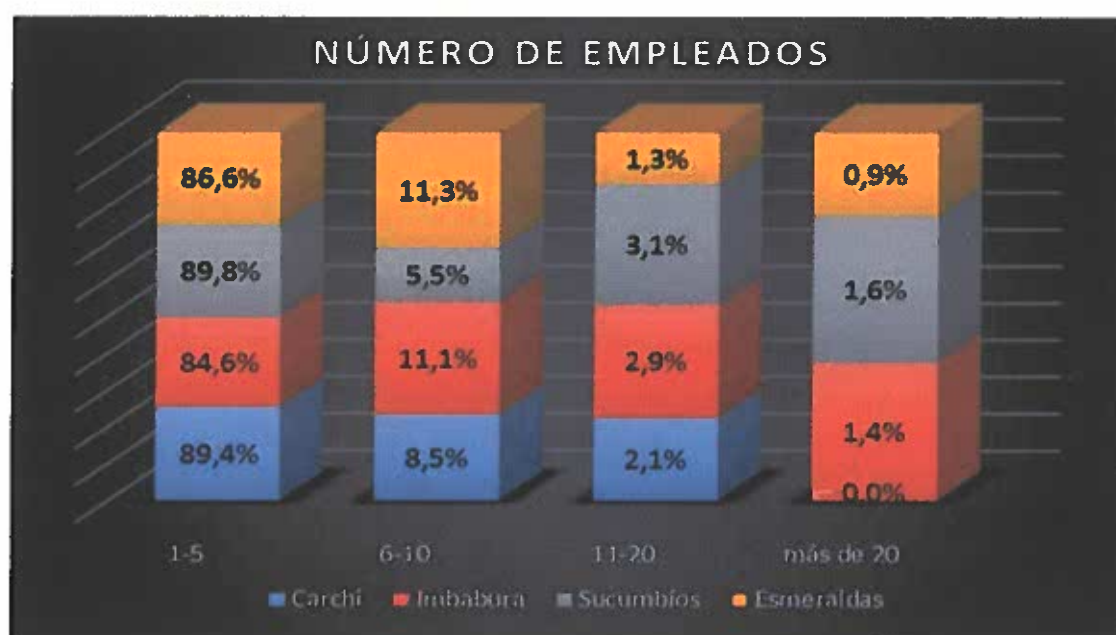


Figura 24. Números de empleados que laboran actualmente en la empresa.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

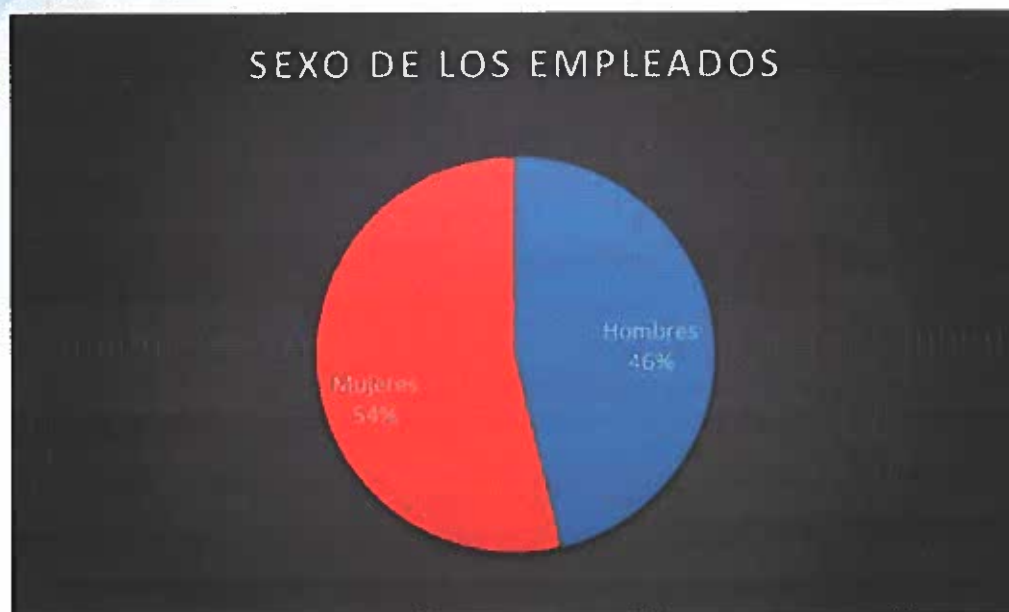


Figura 25. Sexo de empleados.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

La gran mayoría (96,7%) de las empresas poseen entre uno y diez trabajadores. Analizando estos hallazgos se puede determinar que casi la totalidad de organizaciones que se establecen, de acuerdo al número de trabajadores son microempresas (no mayor a 9 empleados).

En la zona 1 de Ecuador se sabe que existe o está formada en su gran mayoría por pequeñas empresas, en esta zona no existe un número considerable de medianas y grandes empresas, estas últimas son muy escasas. Lo contrario sucede en provincias como Guayas, Pichincha y Azuay, donde predomina la existencia de empresas medianas y grandes.

En la provincia del Carchi es difícil encontrar empresas con más de 20 empleados, la generalidad es localizar micros y pequeñas empresas; consecuencia de esto, es el poco desarrollo empresarial y contar con una matriz productiva primaria donde no se genera agroindustrias.

Respecto al sexo de las personas que trabajan en estas empresas, la mayoría son mujeres (54%), demostrando que en nuestro país la mujer, pese a las barreras que aún existen, tiene un papel más activo y protagónico en su desarrollo económico.

Tabla 20. Motivos para iniciar su negocio

PROVINCIA	Qué le motivo a iniciar su negocio					
	Independencia	Desempleo / necesidad	Mejora Económica	Experiencia en el negocio familiar	Conocimiento del negocio	Oportunidades de negocio
Carchi	35,5%	40,4%	13,5%	7,1%	3,5%	0,0%
Imbabura	43,0%	37,2%	9,2%	8,2%	1,0%	1,4%
Sucumbíos	34,4%	44,5%	8,6%	4,7%	6,3%	1,6%
Esmeraldas	34,2%	48,9%	6,9%	5,6%	3,9%	0,4%
TOTAL	37,1%	43,0%	9,2%	6,5%	3,4%	0,8%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 26. Motivos para iniciar su negocio.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

El principal factor motivador para la generación de microempresas es la independencia. Al emprender un negocio propio el emprendedor no tendrá un jefe que le indique que hacer, el podrá liderar su propio proceso de formación y crecimiento de su negocio; además, el será quien tome las decisiones. Lo mencionado anteriormente de ninguna manera es fácil, requiere de preparación y conocimiento del emprendedor, de lo contrario la empresa correría un alto riesgo de desaparecer.

Otro factor importante que motiva la creación de nuevas microempresas es la mejora económica, el emprendedor esta consiente que formar un negocio no es un camino fácil, pero sabe que de tener éxito mejorará considerablemente sus ingresos económicos.

Las oportunidades de negocio es un factor poco motivador de la actividad emprendedora (apenas el 7,5%), este es un hallazgo negativo, las oportunidades que genera el entorno debería ser un factor de motivación importante para iniciar y desarrollar nuevas unidades productivas.

Tabla 21. Realizó un Plan de Negocios previo a su emprendimiento

PROVINCIA	Realizó un Plan de Negocios previo a su emprendimiento		
	SI	NO	No responde
Carchi	1,3%	73,4%	25,3%
Imbabura	2,4%	57,3%	40,2%
Sucumbíos	2,2	63,0%	34,8%
Esmeraldas	3,4%	65,9%	30,7%
TOTAL	2,4%	65,1%	32,5%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

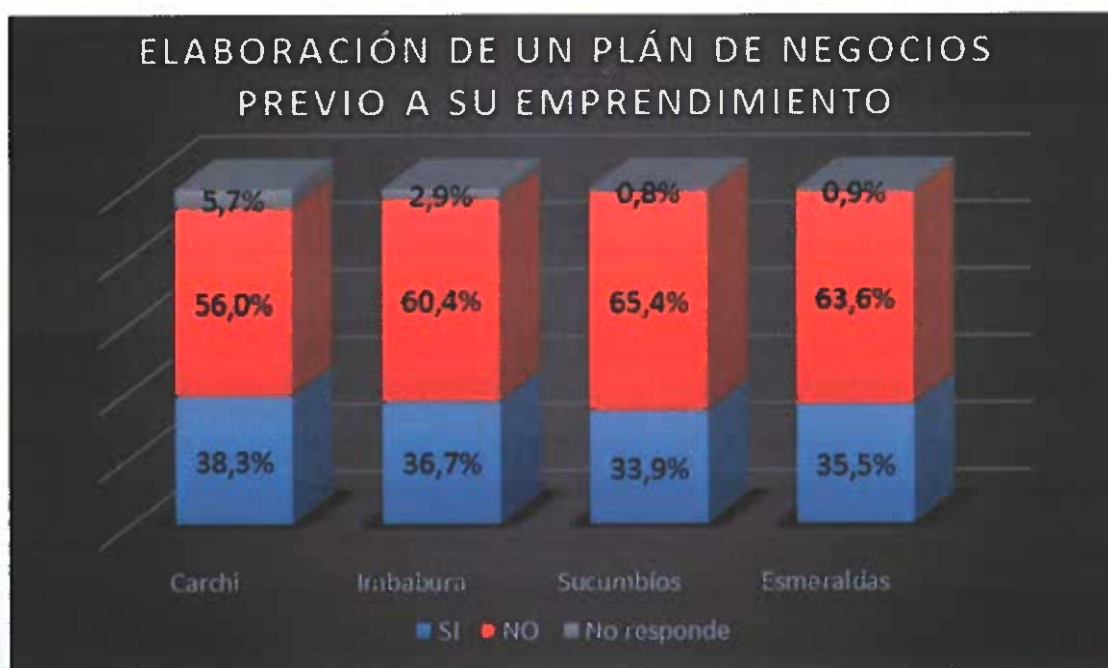


Figura 27. Elaboración de un plan de negocios previo al emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

El plan de negocios es un instrumento que establece la dirección y la orientación concreta de la gestión de las operaciones de un negocio para que este pueda alcanzar sus objetivos.

Los resultados establecen que 4 de cada 10 emprendimientos no se crearon mediante la elaboración de un plan de negocios, no contar con este instrumento genera un alto riesgo de sobrevivencia de la empresa. Uno de los errores que se comete al momento de emprender es generar microempresas desde la oferta y no desde la demanda, un plan de negocios bien desarrollado elimina este error.

Tabla 22. Principales factores limitadores del emprendimiento

PROVINCIA	Cuáles fueron los principales factores limitadores para el emprendimiento			
	Condiciones Macroeconómicas	Falta de conocimiento del manejo empresarial	Competencia	Difícil acceso a financiamiento
Carchi	15,8%	12,9%	27,3%	43,9%
Imbabura	13,5%	11,1%	46,2%	29,3%
Sucumbíos	20,3%	10,9%	21,1%	47,7%
Esmeraldas	19,0%	10,0%	29,9%	41,1%
TOTAL	17,0%	11,0%	32,6%	39,4%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

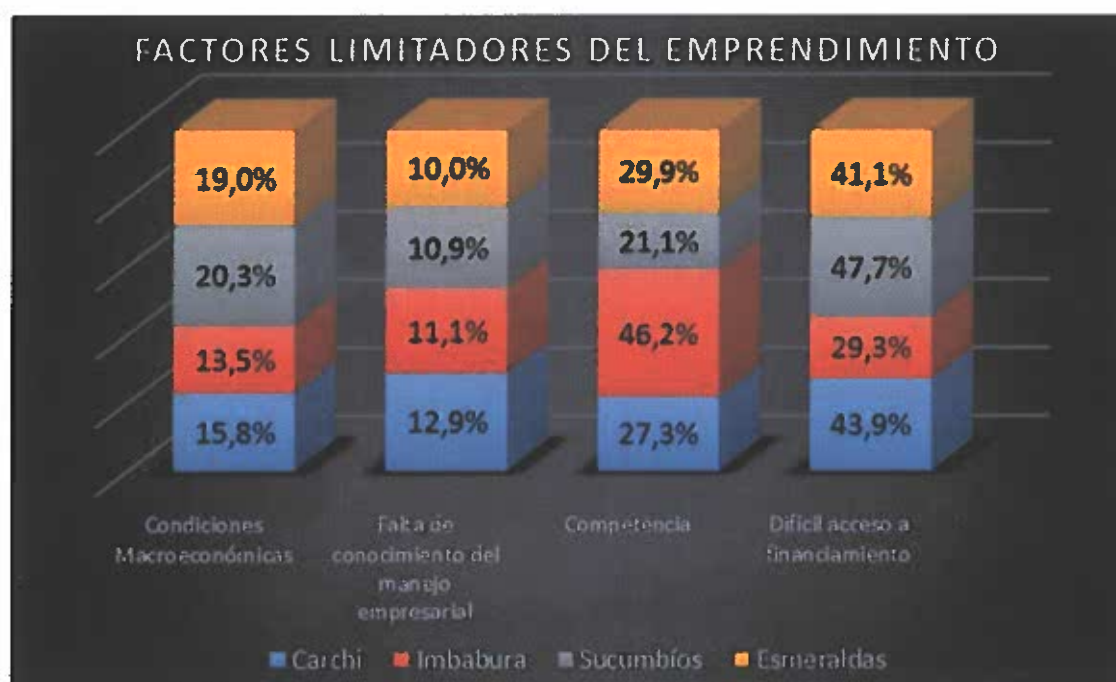


Figura 28. Principales factores limitadores del emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

El difícil acceso a financiamiento (40% aproximadamente) es el limitante más importante al momento de generar microempresas, el microempresario tiene graves problemas para acceder al mercado financiero.

Para la creación de negocios el emprendedor no solo necesita contar con recursos propios, sino también un financiamiento externo de alguna entidad financiera. Lastimosamente la política crediticia (especialmente privada) en nuestro país limita seriamente el acceso a créditos para emprendedores que buscan una oportunidad de negocio.

Otro elemento importante en este análisis, es que la gran mayoría de emprendedores no saben cómo acceder y conseguir financiamiento, en nuestro país existen programas e instituciones que promueven el emprendimiento como: FONDEPYME, SENAMI (fondos concursables), BNF (Banco Nacional de Fomento) y la CFN (Corporación Financiera Nacional).

Otro factor importante que limita el emprendimiento es la competencia, pero está siempre va a estar ahí, el emprendedor necesita desarrollar estrategias Mercadológicas para ser más competitivo y ganar nichos de mercados existentes.

Estadísticamente se ha identificado dos diferencias significativas porcentuales. Primero, en el factor competencia, la provincia de Imbabura, respecto al resto de la zona, considera como factor principal limitador del emprendimiento a la competencia. En la provincia de Sucumbíos los emprendedores han identificado al financiamiento como principal elemento limitador para crear empresa.

Tabla 23. De quién recibió financiamiento para iniciar el emprendimiento

PROVINCIA	De quién recibió financiamiento para emprender				
	Entidad Gubernamental	Familia	ONG	Recursos Propios	Entidades Financieras
Carchi	2,1%	24,1%	0,0%	35,5%	38,3%
Imbabura	1,9%	13,9%	1,0%	51,9%	31,3%
Sucumbíos	1,6%	16,7%	0,0%	61,9%	19,8%
Esmeraldas	0,4%	17,7%	0,9%	58,4%	22,5%
TOTAL	1,4%	17,7%	0,6%	52,5%	27,8%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

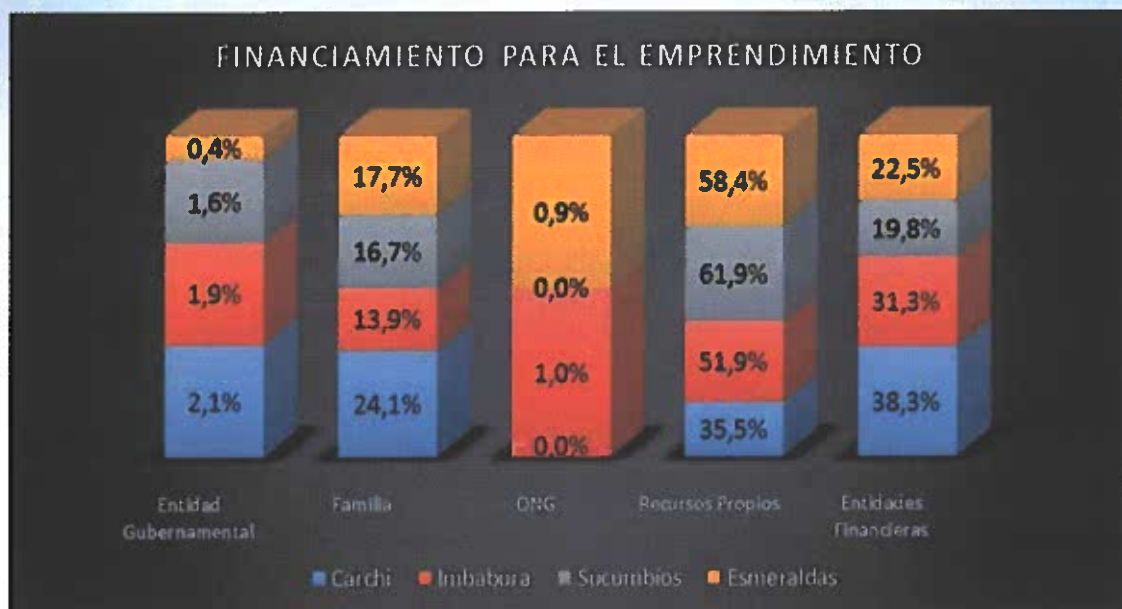


Figura 29. De quien recibió financiamiento para iniciar el emprendimiento.
Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbios (2013)

Las barreras para financiar la creación de Mipymes en Ecuador son grandes, no es fácil para el emprendedor encontrar financiamiento para este fin, por esta razón más de la mitad de los emprendedores financian sus microempresas con recursos propios, de alguna manera esto es positivo ya que se evita el sobre endeudamiento y posteriormente la falta de liquidez del negocio.

El aporte de la familia para financiar emprendimientos es importante, por esta razón es que existen un alto número de Mipymes familiares.

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad a través de inversión con fondos de capital de riesgo y el Programa CreEcuador, busca apoyar proyectos de transformación productiva, y que permitan una mayor participación accionaria de ciudadanos en empresas privadas. Este programa maneja montos de inversión de 250.000 a 2'000.000 de dólares, y financian hasta el 49% del proyecto.

Realizando un análisis por provincia se puede destacar que en Carchi la cuarta parte de las empresas son creadas con fondos familiares y 4 de cada 10 financia su empresa mediante una entidad financiera. Sucumbios es la provincia que más financia Mipymes con aportes propios (62%).

Sobre la forma de financiamiento, existe una diferencia significativa proporcional en la provincia del Carchi, donde la gran mayoría de emprendedores no utilizó recursos propios para iniciar su negocio, se puede inferir este fenómeno, al hecho de ser una de las provincias más pobres del país, donde las personas poseen menos recursos para invertir.

Tabla 24. Ha tenido problemas en el pago de sus obligaciones financieras

PROVINCIA	Ha tenido problemas en el pago de sus obligaciones financieras	
	SI	NO
Carchi	16,3%	83,7%
Imbabura	12,1%	87,9%
Sucumbíos	20,3%	79,7%
Esmeraldas	14,3%	85,7%
TOTAL	15,2%	84,8%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

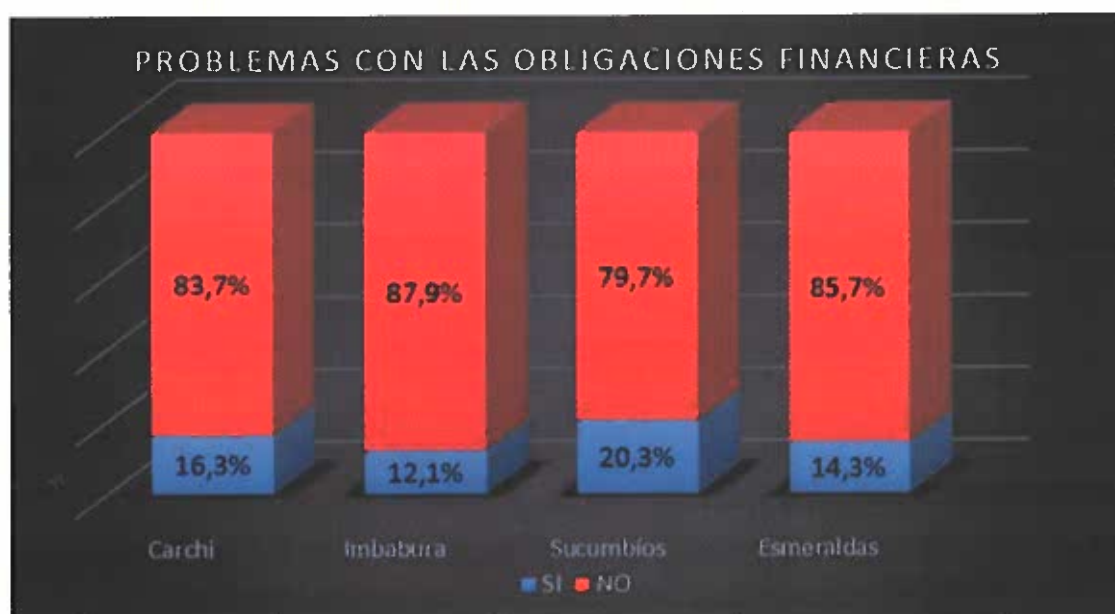


Figura 30. Problemas en el pago de sus obligaciones financieras.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

La gran mayoría de pequeños y medianos empresarios no tienen problemas en cumplir sus obligaciones financieras. Un 15% de ellos han tenido ciertas dificultades de cumplir estos compromisos.

Las cooperativas de ahorro y crédito han sido un aporte valioso para la generación de microempresas, especialmente impulsando el emprendimiento femenino, con resultados muy favorables, ya que el pequeño empresario sabe cumplir sus compromisos financieros.

Los emprendedores de la provincia de Sucumbíos son los que más problemas tienen en

cubrir sus obligaciones financieras (20,3%), mientras que en Imbabura apenas el 12% ha tenido dificultades.

Tabla 25. En qué se basa la ventaja competitiva de su empresa

PROVINCIA	En qué se basa la ventaja competitiva de su empresa			
	Orientación al cliente	Diferenciación del producto	Liderazgo en costos	Otros
Carchi	40,4%	33,3%	24,1%	2,1%
Imbabura	44,9%	37,7%	15,9%	1,4%
Sucumbíos	49,2%	30,5%	18,8%	1,6%
Esmeraldas	46,3%	27,7%	26,0%	0,0%
TOTAL	45,3%	32,2%	21,4%	1,1%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 31. Ventaja competitiva de la empresa.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Michael Porter (2010) identifica tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que supere el desempeño de los competidores en una industria.

Aproximadamente la mitad de las Mipymes orienta su ventaja competitiva al servicio y atención al cliente, este es un elemento importante para su diferenciación y los costos de

este son relativamente bajos. Además, la empresa se beneficia al incrementarse las ventas, se fideliza clientes y mejora la imagen de la marca y la empresa.

La diferenciación de producto (percibir al producto como único) es otro aspecto importante que tomar en cuenta, especialmente en la provincia de Imbabura 4 de cada 10 Mipymes maneja este tipo de ventaja.

El liderazgo en costos es un elemento que también se toma en cuenta, pero en menor porcentaje, las razones de esto pueden ser costos mucho más altos, además que el 90% de las empresas consultadas pertenecen al sector comercial y de servicios.

Tabla 26. Dentro de las empresas de su sector, se desarrolla una competencia?

PROVINCIA	Dentro de las empresas de su sector, se desarrolla una competencia?	
	Leal	Desleal
Carchi	55,3%	44,7%
Imbabura	42,8%	57,2%
Sucumbíos	60,2%	39,8%
Esmeraldas	51,5%	48,5%
TOTAL	51,3%	48,7%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 32. Dentro de las empresas de su sector, se desarrolla una competencia?

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Analizando el sentir de los emprendedores respecto a si existe una competencia leal dentro de su actividad empresarial, existen criterios divididos, la mitad cree que existe una competencia leal.

De acuerdo a Guerrero (2013) uno de los casos típicos de competencia desleal es la imitación de los diseños de empaques o etiquetas de productos. La competencia desleal es un campo jurídico de mucha importancia actual, aunque poco explorado en Ecuador.

La provincia de Imbabura registra mayor índice de competencia desleal (57%), mientras que Sucumbíos alcanza un 40%, en esta provincia existe más lealtad entre empresas competidoras.

Tabla 27. Su empresa es parte de una red de emprendimiento

PROVINCIA	Su empresa es parte de una red de emprendimiento	
	SI	NO
Carchi	14,9%	85,1%
Imbabura	17,8%	81,7%
Sucumbíos	18,8%	81,3%
Esmeraldas	14,3%	85,7%
TOTAL	16,2%	83,6%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

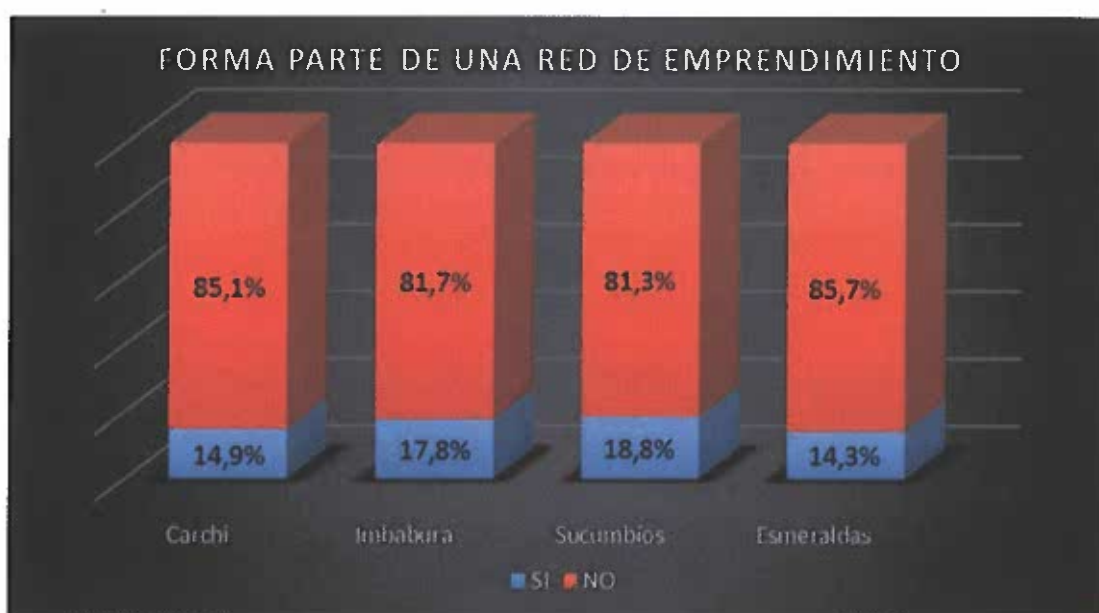


Figura 33. Su empresa es parte de una red de emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Analizando si la empresa es parte de una red de emprendimiento, el estudio determinó que el 16% se creó mediante este procedimiento, el comportamiento es similar en todas las provincias de la zona 1.

El gobierno nacional a través del programa EmprendEcuador ha desarrollado el primer sistema integrado de emprendimiento, el cual permite el manejo de miles de proyectos de emprendimiento, siendo un hito sin precedentes en el país. Este permite desarrollar los procesos de postulación de emprendimientos, calificación, selección y ejecución de los proyectos.

Habrà que ver los resultados de estas estrategias a largo plazo y su impacto en el desarrollo empresarial y económico del país.

Tabla 28. Cada qué tiempo capacita a sus empleados

PROVINCIA	Cada qué tiempo capacita a sus empleados			
	No han recibido	1 vez al año	2 veces al año	3 o más veces al año
Carchi	58,2%	19,1%	6,4%	16,3%
Imbabura	61,4%	20,3%	10,6%	7,7%
Sucumbíos	52,4%	26,2%	11,1%	10,3%
Esmeraldas	56,3%	26,0%	8,7%	9,1%
TOTAL	57,4%	23,0%	9,2%	10,4%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 34. Su empresa es parte de una red de emprendimiento.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Respecto a la capacitación que reciben los empleados y trabajadores, 6 de cada 10 empresas no capacitan a sus empleados, simplemente el momento de ser contratados son inducidos a cada puesto de trabajo para el cual fueron contratados.

La capacitación no debe verse simplemente como una obligación. La capacitación es una inversión que trae beneficios a la persona y a la empresa. Algunos beneficios para la empresa son los siguientes: Ayuda a prevenir riesgos de trabajo, produce actitudes más positivas, aumenta la rentabilidad de la empresa, mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño, facilita que el personal se identifique con la empresa, mejora la relación jefe-subordinados.

Las microempresas de Imbabura son las que menos capacitan a sus trabajadores (61%), mientras que Sucumbíos es donde más se los capacita.

Tabla 29. Su empresa actúa bajo una filosofía de innovación y mejoramiento continuo.

PROVINCIA	Su empresa actuó bajo una filosofía de innovación y mejoramiento continuo	
	SI	NO
Carchi	89,4%	10,6%
Imbabura	93,8%	6,3%
Sucumbíos	88,3%	11,7%
Esmeraldas	92,6%	7,4%
TOTAL	91,5%	8,5%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

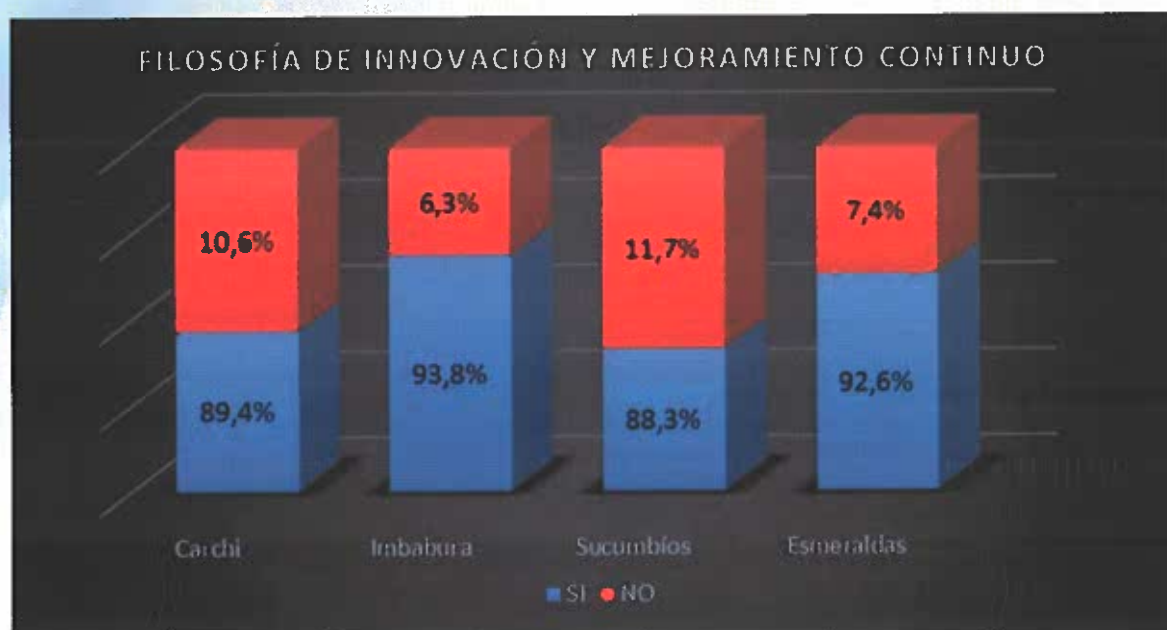


*Figura 35. Su empresa actúa bajo una filosofía de innovación y mejoramiento continuo.
Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)*

La gran mayoría de las Mipymes actúan bajo una filosofía de innovación y mejoramiento continuo, esto significa que los procesos se los hace más efectivos, eficientes y adaptables a la organización.

Las Mipymes deben hacer un esfuerzo para aplicar mejoras en cada una de las áreas y procesos de la organización, que les permita eficiencia y eficacia en toda su gestión; una limitante es la resistencia a invertir recursos en estos procesos.

Tabla 30. Posee alguna certificación de norma de calidad

PROVINCIA	Posee alguna certificación de norma de calidad	
	SI	NO
Carchi	12,9%	87,1%
Imbabura	9,2%	90,8%
Sucumbíos	10,2%	89,8%
Esmeraldas	3,5%	96,5%
TOTAL	8,2%	91,5%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 36. La empresa tiene alguna certificación de normas de calidad

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

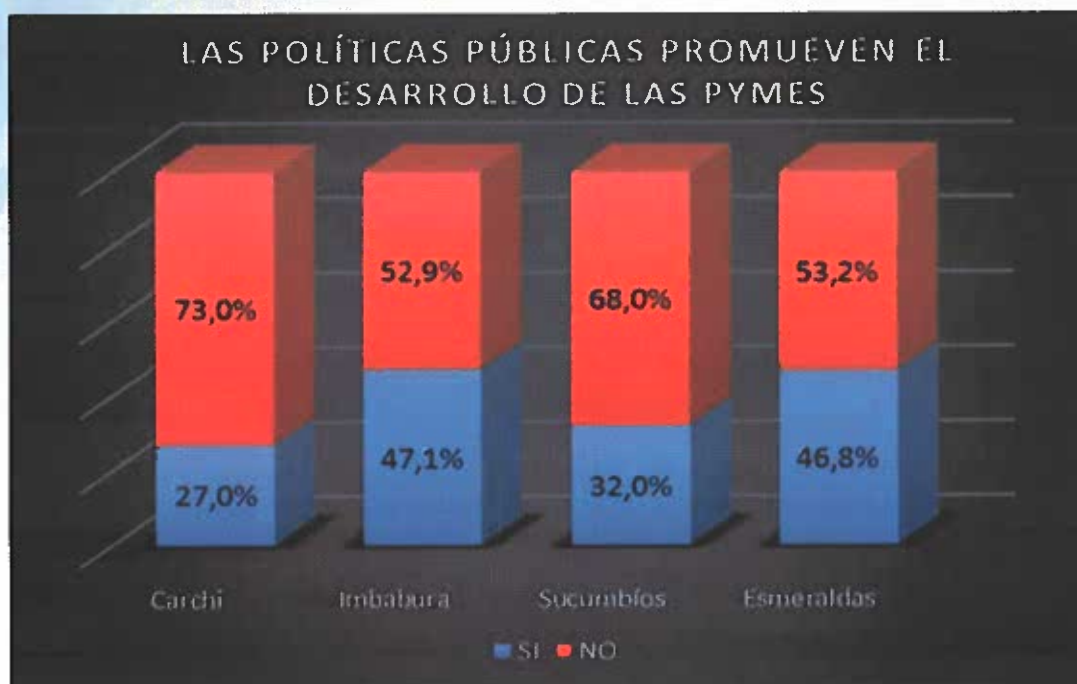
En la zona 1, 9 de cada 10 empresas no disponen una certificación de norma de calidad, por varias razones, entre las más importantes podrían ser:

- Que en la zona el 90% de las Mipymes son de carácter comercial y de servicios, especialmente estas empresas no ven rentable la implementación de este tipo de certificaciones de calidad.
- Los costos de implementación de una certificación de calidad son relativamente altos para una pequeña empresa, por lo general lo hacen las empresas de mayor tamaño.
- Las Mipymes no tienen las condiciones favorables para implementar un sistema de calidad amparado por una norma. Se debe sensibilizar, no solo capacitar, para que cambien sus patrones mentales y culturales, permitiendo que los procesos sean eficientes y agradables.

Tabla 31. Las políticas públicas promueven el desarrollo de las Pymes

PROVINCIA	La políticas públicas promueven el desarrollo de las Pymes	
	SI	NO
Carchi	27,0%	73,0%
Imbabura	47,1%	52,9%
Sucumbíos	32,0%	68,0%
Esmeraldas	46,8%	53,2%
TOTAL	40,3%	59,7%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Para el 60% de los emprendedores las políticas públicas del gobierno no promueven el desarrollo de las Mipymes. De acuerdo a las entrevistas mantenidas con los emprendedores, un factor importante de este resultado son los impuestos que deben pagar los microempresarios. Recordemos que dentro de los mandatos del SRI (Servicio de Rentas Internas) esta “la exigencia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios y valor, así como la Constitución y la Ley”, dentro de este marco el emprendedor ve, a esta política fiscal, como una amenaza para la estabilidad de su negocio.

Además, el emprendedor no ve un apoyo sostenido y práctico del gobierno en el afán del desarrollo empresarial del país, existen muchos programas y políticas para promover el adelanto, especialmente de las Pymes, pero parece que estas no están causando los efectos e impactos previstos.

En el análisis por provincia existen criterios divididos en cuanto a esta temática, por ejemplo en la provincia del Carchi apenas el 27% opina que las políticas públicas promueven el desarrollo de las Mipymes. Recordemos que esta provincia es una de las más pobres, con poca inversión del gobierno y la empresa privada, su producción es primaria y existe un alto grado de migración por las pocas oportunidades que genera. El Presidente Rafael Correa reconoció que esta provincia ha sido una de las más olvidadas por el Estado.

En esta variable también se ha identificado diferencias significativas porcentuales, las dos provincias más grandes y con mayor desarrollo (Imbabura y Esmeraldas) manifiestan, en un mayor porcentaje, que las políticas públicas favorecen el desarrollo de los emprendimientos.

Tabla 32. Como ve el entorno político, económico y social para su empresa en cinco años

PROVINCIA	Como ve el entorno político, económico y social para su empresa en 5 años				
	Muy Favorable	Favorable	Poco Favorable	Desfavorable	Igual
Carchi	6,4%	34,0%	27,7%	17,7%	14,2%
Imbabura	8,7%	44,2%	29,8%	3,8%	13,5%
Sucumbíos	12,5%	37,5%	31,3%	10,2%	8,6%
Esmeraldas	14,3%	48,5%	19,5%	9,5%	8,2%
TOTAL	10,7%	42,4%	26,3%	9,6%	11,0%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

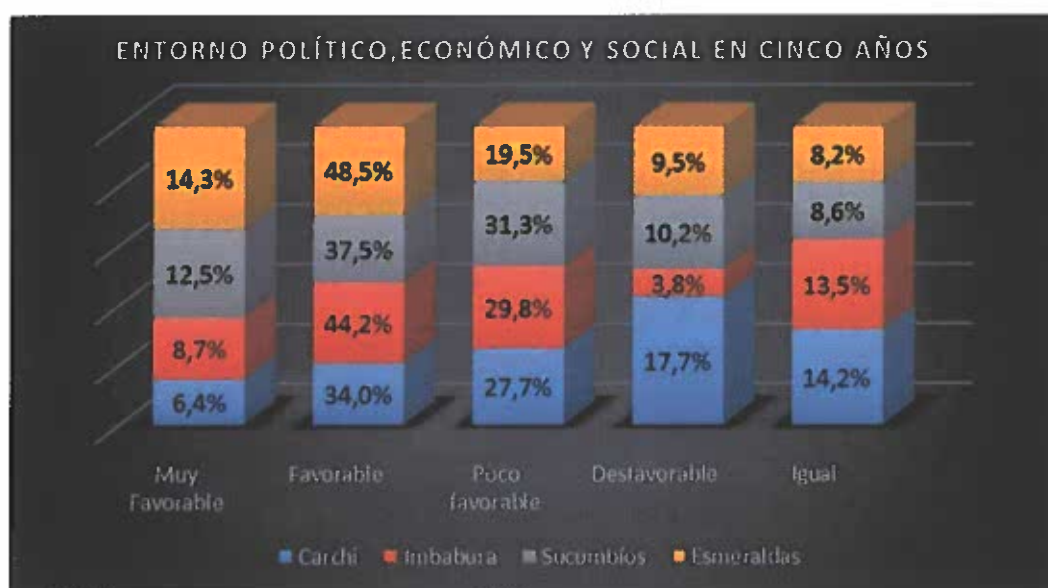


Figura 38. Entorno político, económico y social en los próximos cinco años.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Respecto a si el entorno político, económico y social es favorable, la mitad de los emprendedores afirman que si lo es, pero sigue siendo la provincia del Carchi quien muestra mayor inconformidad respecto a la intervención de Estado en temas de desarrollo empresarial, Esmeraldas ve un entorno futuro más favorable que las demás provincias (63%).

Apenas el 4% de los emprendedores de Imbabura manifiestan en el entorno va a ser

desfavorable, diferente criterio el del Carchi con un 18%.

Tabla 33. Su empresa cuenta con internet

PROVINCIA	Tiene internet en su empresa	
	SI	NO
Carchi	34,0%	66,0%
Imbabura	35,6%	64,4%
Sucumbíos	49,2%	50,8%
Esmeraldas	40,7%	59,3%
TOTAL	39,4%	60,6%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

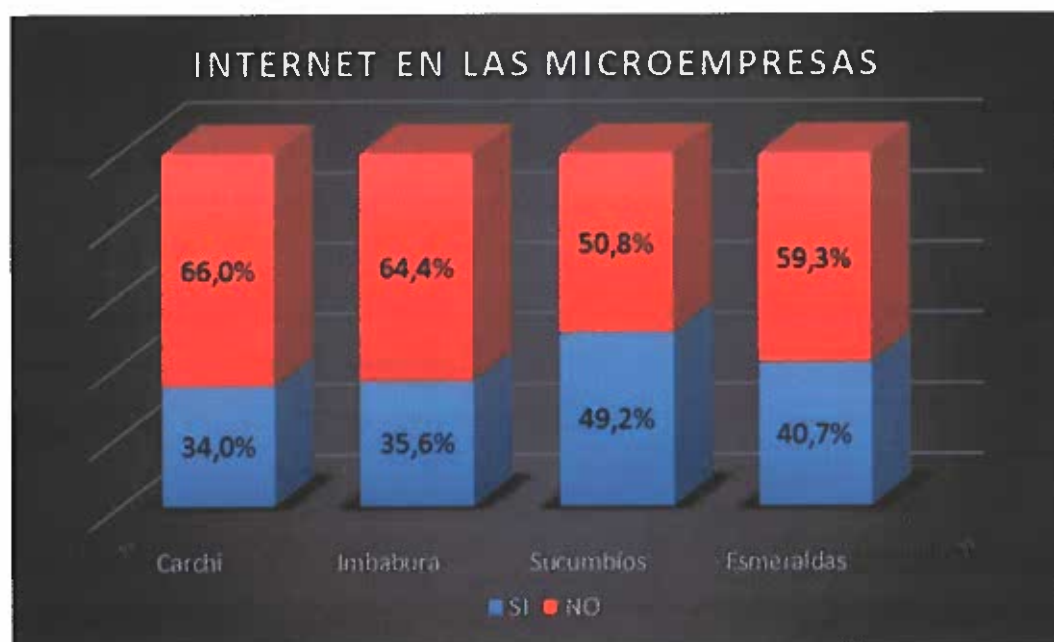


Figura 39. Las microempresas cuentan con internet.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Cuatro de cada diez Mipymes de la zona 1 disponen de internet, siendo la provincia de Sucumbíos donde más se cuenta con esta tecnología (50% aproximadamente), Carchi es donde menos se utiliza esta herramienta tecnológica (34%).

Los resultados son un tanto desalentadores, en la actualidad todas las empresas deben tener acceso a internet y utilizarla como una herramienta que mejora y facilita los procesos comunicativos y comerciales de las mismas, y con la cual se puede acceder a información que se genera en cualquier parte del mundo. En los análisis posteriores se profundiza el estudio de las TIC's y su influencia en las Mipymes.

Los resultados son un tanto desalentadores, en la actualidad todas las empresas deben tener acceso a internet y utilizarla como una herramienta que mejora y facilita los procesos comunicativos y comerciales de las mismas, y con la cual se puede acceder a información que se genera en cualquier parte del mundo. En los análisis posteriores se profundiza el estudio de las TIC's y su influencia en las Mipymes.

Tabla 34. Su empresa cuenta con una página WEB

PROVINCIA	Su empresa cuenta con página WEB	
	SI	NO
Carchi	12,1%	87,9%
Imbabura	17,3%	82,7%
Sucumbíos	18,8%	81,3%
Esmeraldas	13,0%	87,0%
TOTAL	15,1%	84,9%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

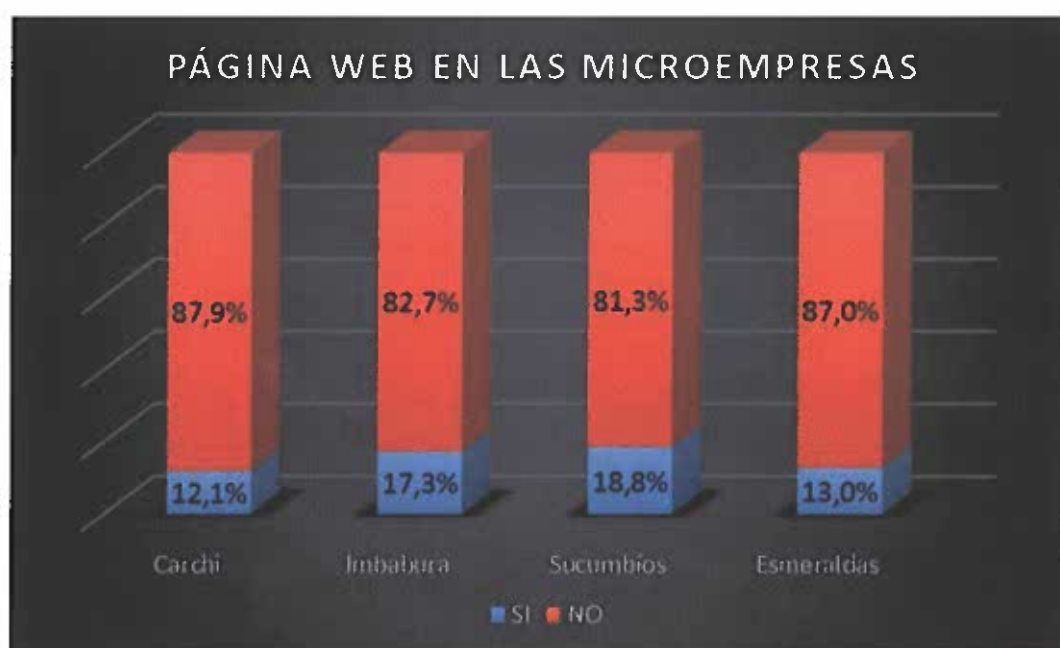


Figura 40. Las microempresas cuentan con página WEB.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

El 85% de las Mipymes de la zona 1 no dispone de página una WEB, es decir, que las tecnologías de la informática y la comunicación son poco utilizadas.

Hoy en día el internet es una herramienta utilizada en todo el mundo, y permite acceder a múltiples recursos y conocer sobre otras empresas. Muchas empresas crecen vertiginosamente gracias a sus sitios web, entre sus principales ventajas están: publicidad constante las 24 horas del día los 365 días del año, mejor imagen y prestigio, ahorro de recursos económicos y tiempo.

El análisis provincial muestra que en Carchi y Esmeraldas las Mipymes en un 12,5% (promedio) tienen páginas WEB, mientras que en Sucumbíos las empresas utilizan de mejor manera esta herramienta informática.

Tabla 35. Razones por las cuales no dispone una página WEB

PROVINCIA	Razones por las cuales no dispone una página WEB				
	No se necesita, no es útil para su empresa	Desconoce la tecnología	No es rentable	No es seguro	Otros
Carchi	52,9%	12,1%	22,9%	1,4%	10,7%
Imbabura	38,5%	11,5%	21,6%	4,3%	24,0%
Sucumbíos	41,4%	21,1%	24,2%	1,6%	11,7%
Esmeraldas	48,9%	20,3%	21,6%	1,3%	7,8%
TOTAL	45,3%	16,3%	22,3%	2,3%	13,9%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 41. Razones para no disponer una página WEB.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



La principal razón por la cual las empresas no disponen de una página WEB es que sus propietarios creen no necesitarla (no es útil para la empresa), otra causa es creer que no son rentables (22%).

Anteriormente se expuso las ventajas de las que una empresa goza al disponer de una página WEB, pero existe mucha resistencia por parte de los emprendedores a invertir en este tipo de tecnologías, una causa de esto es el desconocimiento y la inexperiencia en el manejo de las mismas.

Tabla 36. Su empresa realiza compras y ventas por internet

PROVINCIA	Su empresa realiza compras, ventas por internet	
	SI	NO
Carchi	16,4%	82,9%
Imbabura	19,7%	80,3%
Sucumbíos	22,7%	77,3%
Esmeraldas	16,5%	83,5%
TOTAL	18,6%	81,3%

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)



Figura 42. Las microempresas realizan intercambio comercial por internet.

Fuente: Encuesta a emprendedores de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos (2013)

Sobre la utilización del internet como medio para realizar intercambios comerciales con proveedores o clientes, 4 de cada 5 emprendedores no utiliza este medio y prefiere hacerlo mediante pago en efectivo el momento de la compra o deposito en alguna institución bancaria.

El comercio electrónico (e-commerce) es una moderna forma de comercializar bienes y servicios mediante la utilización de la informática y las telecomunicaciones, en especial el aprovechamiento de las ventajas que ofrece internet, entre ellas se tiene: eliminación de intermediarios, mayores contactos con clientes, menos costos de comunicación, menos riesgos de llevar dinero en efectivo, entre otros.

Una desventaja que se ha detectado es que las personas no tienen confianza plena de este sistema en internet, por temor a estafas y robos el momento de entregar datos de cuentas bancarias.

Sucumbíos es la provincia que más intercambios comerciales realiza por este medio (23%), posiblemente se deba a la distancia geográfica de estas poblaciones con los principales centros financieros, Carchi la que menos utiliza este sistema (16%).

ENTREVISTA A EMPRENDEDORES DE ÉXITO



Francisco Javier Terán Argóti

Nacido en la ciudad de Tulcán.
45 años de edad.

Bachiller en Ciencias Sociales,
Instituto Tecnológico Bolívar.

Técnico en Riesgos Laborales
FUNDESOC. Barcelona, España.

Jefe de obra empresa Constructora
Exdebaill. Barcelona, España.

Jefe de obra empresa Constructora
GIPCOS. Barcelona, España.

¿En qué consiste su negocio y cuando inicio?

La microempresa se llama “La Paradeta de Marta” Consiste en procesar carne para vender parrilladas. El producto que ofrecemos es carne a la parrilla, pero con una sazón española que hace la diferencia de la criolla. Ofrecemos calidad porque no le colocamos ningún producto adicional como por ejemplo el chimichurri, para apreciar de esta manera el sabor natural de la carne de pollo. El negocio inicio en el 2011, aproximadamente en el mes de marzo en la ciudad de Quito, pero en la ciudad de Tulcán hace 10 meses.

¿De dónde surge la idea para crear este tipo de negocio?

Vivíamos en Barcelona, España y tuvimos la idea de venir a Ecuador, de regresar a mi país, entonces, veníamos básicamente a crear empresa y no a trabajar para otras personas. Surgieron varias ideas de negocio, y esta fue la más opcional y viable, ya que conocíamos sobre el negocio y no existía un producto parecido al nuestro, identificamos esa oportunidad de mercado.

¿Qué le motivo a crear su propia empresa?

La motivación principal fue y es el ánimo de emprender nuestro propio negocio y no tener que

trabajar para nadie, nuestra microempresa desde que se estableció ha venido desarrollándose de menos a más, ahora nos hemos establecido en un nivel alto en el mercado con una buena aceptación del cliente.

Una muestra de ello es la presencia de clientes colombianos, en diez meses que lleva el negocio tenemos un 30% de estos, pero la meta es llegar a un 70 o 80%. El cliente colombiano es mucho más exigente en cuanto al producto y al servicio, pero estamos preparados para atenderles y ganar ese mercado.

¿Cuáles han sido los obstáculos más importantes que ha debido afrontar para salir adelante en su emprendimiento?

La competencia siempre va hacer un obstáculo, pero nuestro producto se ha diferenciado en el mercado y el cliente ha valorado esto.

Otra limitante importante ha sido el factor económico, haber estado mucho tiempo fuera del país y venir después de 15 años nos perjudicó mucho, ya que no teníamos historial en el sistema financiero por lo que no podía abrir una cuenta ni nos otorgaban préstamos. Trabajamos con nuestro propio dinero, pero pusimos mucho capital en riesgo y se nos limitaba crear otro negocio en el caso de que nos vaya mal.

Otro factor en el que tuvimos inconvenientes fue la baja calidad de los productos que nos entregaban nuestros proveedores, sobre todo de carne de res, sufrimos los primeros meses ya que el producto no cubría nuestras expectativas.

Un obstáculo importante que tuvimos fue al momento de crear la empresa, hubo muchas trabas, sin número de permisos en diferentes instituciones, esto demoró aproximadamente tres meses, lo que retrasó mucho la puesta en marcha del negocio.

¿Cuáles serían las claves para triunfar como emprendedor?

Sobre todo la perseverancia y la constancia. La esperanza de saber que tu idea de negocio se plasma, convence a los clientes y el negocio va a crecer y a tener éxito. La clave es la constancia.

¿Cree usted que hay que poseer algunas habilidades o un perfil determinado para ser un emprendedor?

Por supuesto, para ser emprendedor se debe tener la habilidad de liderazgo, manejar proveedores, manejar productos, atender bien a los clientes. La base fundamental es el liderazgo y tener un balance personal, ser estricto, pero también tener un cierto grado de tolerancia y flexibilidad.

¿Cuáles son los principales pros y contras de trabajar para uno mismo?

Una ventaja es ser jefe de uno mismo, trabajar al ritmo propio y sentirse con mayor libertad de tomar tus propias decisiones. Organizarse y no recibir órdenes de otros, individualmente se puede tomar decisiones que se consideran adecuadas.

Una desventaja importante es el riesgo que uno asume, en el sentido de que surgen preguntas respecto si la ventas son buenas o son malas, y que esto no dependa de ti y no poder cumplir con las expectativas por algunos inconvenientes que se puedan presentar. Al no cumplir con las expectativas planificadas se sufre más que un trabajador que no recibe su sueldo en un mes.

¿Las condiciones políticas, socio-económicas del país dan oportunidades para hacer empresa?

Partamos de que el emprendedor va a tener a su cargo empleados, y a estos hay que pagarles sus sueldos, seguros y todas las condiciones laborales, pero la empresa los primeros meses no va a generar utilidades, es ahí cuando necesitamos una ayuda económica del gobierno, no que nos regalen el dinero, sino que a modo de un préstamo nos ayuden para el pago de gastos operativos del negocio, pero en este aspecto el préstamo tendría que ser a un interés muy bajo y con eso poder sustentarte los primeros meses de trabajo.

Creo que esta es la traba más importante que tenemos del gobierno, por la poca ayuda que nos da, con este incentivo no solo gana el empresario o el emprendedor si no también todas las personas que están a su cargo.

Y de ahí generar la riqueza y el poder adquisitivo que van a tener estas personas, que se van a quedar aquí y todo tendrá que dar la vuelta, por lo tanto ganamos todos.

¿La provincia de Carchi genera estas condiciones económicas favorables para hacer empresa aquí?

Realmente si genera porque estar nosotros en frontera es muy importante. En frontera se mueven más los productos y mercaderías que se intercambian entre Ecuador y Colombia, por lo cual la gente tiene más posibilidades de tener dinero.

Tendríamos que partir de ideas nuevas, si traemos ideas innovadoras y nuevas a Tulcán, le aseguro que habrá oportunidades de crecimiento y de avance en la zona.

Virginia Secundina Borja Montaña

Nacida en la Parroquia Timbire del Cantón Eloy Alfaro, Esmeraldas.
52 años de edad.
Bachiller en Ciencias Sociales del Colegio Nacional Borbon.
Promotora de Género, Derechos e Igualdad.
Promotora de REINFORCES, certificación Orgánica del Cacao.
Presidenta de la Asociación de Productores de cacao de la Zona Norte de Esmeraldas. (APROCANE).



¿En qué consiste su negocio y cuando inicio?

Este negocio comunitario empezó el mes de septiembre del año 2000 y consiste en proporcionar asistencia técnica para la producción, acopio, fermentación, secado, almacenamiento y comercialización aproximadamente del 30% de cacao que se produce en la zona, alrededor de 2000 hectáreas de cultivo. La misión es evitar al intermediario con el fin de que el agricultor gane más recursos y pueda mejorar sus condiciones de vida.

Cada día hay que buscar otras alternativas para el mercado, con nuevas iniciativas, es por esto que estamos incorporando a nuestros procesos un elemento industrial. Este consiste en la producción de barras de chocolate de nombre "Don El Éxito", inspirado en el nombre de un socio que no le interesaba cultivar el cacao sino talar el bosque, pero ahora cambio su mentalidad y es un ejemplo de emprendedor. Para la elaboración de este producto se ha realizado una inversión de 14.000 dólares aproximadamente, en compra de maquinaria específica y asistencia técnica.

Además, desde el puerto de Esmeraldas exportamos cacao a Suiza a la empresa Selchlin, iniciamos con 2,5 toneladas anuales, ahora enviamos 125 toneladas. Esto se dio porque asistimos a una feria en Alemania donde expusimos nuestro producto y establecimos contactos comerciales a través de una ronda de negocios.

¿De dónde surge la idea para crear este tipo de negocio?

La idea de conformar la empresa se da por la preocupación de los agricultores, que no querían continuar con la producción de cacao por la falta de oportunidades, la presencia de enfermedades y el precio muy bajo del producto.

La intención de esta organización comunitaria fue mejorar los ingresos del pequeño agricultor, educarle y capacitarle; mejorando los rendimientos de su cultivo de uno a cuatro quintales por hectárea al año.

¿Qué les motivo a crear su propia empresa?

Frente a la tala de bosques teníamos que tener una respuesta y esta fue la de crear la empresa como una necesidad productiva, nuestros ancestros vivían de la producción del cacao, ya que las condiciones del clima son óptimas para este cultivo. Ahora nos dedicamos a reforestar y cuidar la naturaleza.

¿Cuáles han sido los obstáculos más importantes que ha debido afrontar para salir adelante en su emprendimiento?

El obstáculo más grande fue el de los agricultores, que no querían volver a la producción de cacao por la pérdida de las cosechas por efectos de las enfermedades y los precios muy bajos del producto. Convencer a los agricultores para que tengan en el cultivo de cacao una fuente de ingresos permanentes fue lo más duro que tuvimos que afrontar.

El financiamiento siempre fue una limitante para nosotros como pequeños agricultores y más aún por nuestra etnia. Como afro esmeraldeños solicitábamos un crédito y siempre nos negaban, el sistema financiero siempre nos discriminó.

Pero salimos adelante y nos demostramos a nosotros mismos que podíamos hacer las cosas bien, ahora el sistema financiero confía en nuestra empresa por el prestigio que esta tiene.

¿Cuáles serían las claves para triunfar como emprendedor?

Tener un producto de buena calidad, conocer el mercado y mantener el precio de nuestro producto constante (105 dólares el quintal).

Otro factor importante para nuestra organización es la honestidad, transparencia, liderazgo y mantener comunicación efectiva entre el equipo técnico, los 31 socios fundadores de la empresa y los 650 socios comerciales del cantón San Lorenzo y Eloy Alfaro.

¿Cree usted que hay que poseer algunas habilidades o un perfil determinado para ser un emprendedor?

Para ser un buen emprendedor si se hace necesario tener habilidades, en nuestro caso un elemento importante es la capacitación integral: en el proceso de siembra, manejo de cultivo, post cosecha y comercialización. La intención es elaborar un producto de calidad.

Especialmente para microempresas comunitarias, la disciplina es un elemento de vital importancia ya que trabajamos con mucha gente, tanto proveedores como clientes, el cumplimiento es una política para nosotros.

¿Cuáles son los principales pros y contras de trabajar para uno mismo?

Hemos cambiado la manera de pensar de los agricultores, eliminamos intermediarios, tenemos un mercado seguro y un producto de calidad; eso ha permitido alcanzar la satisfacción de desarrollarse y de alcanzar metas individuales y como grupo organizado.

Los contras están en no tener los suficientes medios para cumplir las necesidades, especialmente dinero operacional.

¿Las condiciones políticas, socio-económicas del país dan oportunidades para hacer empresa?

Si dan oportunidad, pero las limitaciones son muchas, nosotros hemos recibido mucha ayuda de entidades tanto de la cooperación internacional, como de entidades seccionales, ellos han visto en nosotros un grupo organizado y con mucha dedicación al trabajo, por lo que los recursos que han invertido en nosotros han dado buenos resultados. Estamos satisfechos con las políticas del gobierno, especialmente en el cuidado del medio ambiente, nuestra provincia tiene una riqueza natural, ese es nuestro verdadero patrimonio y debemos cuidarlo. El gobierno también está incentivando la producción nacional, esto es importante, ya que con nuestro nuevo producto queremos llegar a muchos mercados tanto a nivel nacional como externo.



Michel Saud Galindo

Nacido en la ciudad de Ibarra.
55 años de edad.
Economista de la Universidad Central del Ecuador.
Legislador por la Provincia de Imbabura (1996 – 1998).
Presidente Colegio de Economistas de Imbabura (Dos periodos).
Presidente Club Rotario de Ibarra.
Gerente Regional Norte de la Corporación Financiera Nacional.
Ex Presidente de la Cámara de Comercio de la Ciudad de Ibarra.
Profesor Universitario.
Delegado del Congreso Nacional al Parlamento Chino.

¿En qué consiste su negocio y cuando inicio?

Es un negocio que viene de décadas atrás, desde la época de los abuelos que llegaron a la ciudad de Ibarra desde medio oriente, del Líbano específicamente hace 60 años.

Almacenes El Globo fueron los primeros que se constituyeron en el norte del país, específicamente en Esmeraldas, Carchi e Imbabura. Nos dedicamos a la venta de textiles importados en un 70%, el resto es producción nacional. Hemos diversificado, no solamente en el tema de comercio, sino que hemos dado valor agregado a la producción, contamos con un grupo de talleres muy interesante, inclusive estamos maquilando, cumpliendo las normas en el tema laboral, para atender las diferentes actividades y demandas del mercado, tenemos clientes a nivel local, provincial, nacional e inclusive muchos clientes de Nariño.

El emprendimiento se fortalece cuando el equipo está bien constituido, si su empleado y la familia de él están bien, el negocio igual. Todos nos ponemos la camiseta, aquí nadie es indispensable, todos somos necesarios, el empleador depende del empleado, y el empleado depende del empleador.

¿De dónde surge la idea para crear este tipo de negocio?

Este tipo de negocio surge hace aproximadamente 80 años, cuando no existía un mercado tan amplio, donde el sector artesanal funcionaba de una manera óptima, existía sastres, modistas,

costureros y confeccionistas, no había tanta industrialización, hoy la población y el mercado ha crecido y nosotros también.

Contamos con tres locales, es importante mirar que se inició con modestia, pero con el respeto al trabajo. Apostamos por la ciudad de Ibarra, que esta estratégicamente ubicada. Es una urbe satélite de Quito, está a 120 km de esta; a 100 km del aeropuerto Internacional Mariscal Sucre; a 100 km de la frontera con Colombia y estamos a 250 km de la salida al mar, además su clima hace que Ibarra sea una ciudad de oportunidades.

¿Qué le motivo a crear su propia empresa?

Soy economista de profesión, buena parte de mi vida me he dedicado a la actividad comercial, he sido catedrático, la actividad gremial me ha gustado, el tema político también, pero siempre la base fundamental ha sido la actividad comercial.

Los jóvenes de ahora estudian para ser médicos, economistas, ingenieros y administradores de empresas, para ubicarse en el sector público. Hoy este sector tiene sueldos generosos, la meta de ellos es: "Ojalá pueda lograr un nombramiento en el sector público"; entonces, que pasa con los jóvenes universitarios y la academia; están preparándose para ser buscadores de empleo, no generadores de este.

El emprendimiento no solo da la oportunidad de independencia, privacidad, ser su propio jefe, mantener su propio horario, desarrollar sus propuestas, no ser dependiente sino más bien generador de empleo, generador de trabajo. El tema del emprendimiento en cualquier actividad productiva es la clave para que una sociedad crezca y se desarrolle.

¿Cuáles han sido los obstáculos más importantes que ha debido afrontar para salir adelante en su emprendimiento?

Nuestro país ha venido sufriendo grandes transformaciones en el tema jurídico y laboral, se crean normas que dan más estabilidad al sector productivo, comercial, de servicios y a profesionales en general. Saludo la posición actual del gobierno, al margen del tema político, que se está creando una conciencia de equidad, de solidaridad, entonces si su empleado está bien, no solo tendrá seguridad, sino la certeza que su negocio va a estar bien.

Todos quisiéramos ganar grandes sueldos y salarios, todo esto debe ir ajustándose de acuerdo

al mercado, al tipo de economía que vivimos, pero a veces hay un entorno muy burocratizado, impuestos, aportes, obligaciones tributarias que limita su crecimiento.

¿Cuáles serían las claves para triunfar como emprendedor?

Las claves más importantes para triunfar son: tener objetivos claros y mucha dedicación al trabajo. Si usted trabaja un poco los resultados serán pequeños, si trabaja medianamente los resultados serán mediocres y si trabaja a conciencia los resultados serán muy buenos.

Otro de los temas importantes para crecer es buscar información, capacitarse, no necesariamente en estudios de tercer o cuarto nivel, sino para tener la visión y el deseo de emprender. Es importante no solamente soñar en sacarse la lotería, sino más bien pasarse la vida trabajando para obtener resultados.

¿Cree usted que hay que poseer algunas habilidades o un perfil determinado para ser un emprendedor?

El emprendimiento es muy diversificado y todos los seres humanos tenemos las destrezas propias, innatas. Pero también las realidades se imponen, si usted está inestable económicamente, esa inestabilidad le obliga a ser innovador, a tener y buscar propuestas para crear empresa.

Si una micro empresa está marchando bien, la competencia se ubica cerca de esta con un negocio similar o parecido. Si bien es cierto la competencia es buena, lo importante es ser creativo y generar una sociedad organizada.

Hay mucho emprendimiento informal, no estoy en contra de este comercio, a estos pequeños comerciantes hay que orientarles, capacitarles como lo estamos haciendo desde la Cámara de Comercio de Ibarra, capacitamos en administración y organización, en contabilidad, finanzas y acceso a créditos.

Una falta de comunión entre la academia, el sector privado y también los gremios de producción no permite que los estudiantes salten a la cancha, hay que crear conciencia, ya que espacio y cancha hay para todos.

¿Cuáles son los principales pros y contras de trabajar para uno mismo?

Entre los pro se puede establecer que el emprendedor se genera su propio horario, su propia proyección y metas, no está condicionado y no tiene un techo para crecer, vive su negocio, no

solamente pone la inversión, sino la fe y ganas de conseguir lo que busca. Cuando tenemos una visión privada las oportunidades son más amplias y los horizontes son mejores.

Los contras importantes podrían ser ciertas normas y procedimientos que se imponen al emprendedor, el sector privado es generador de trabajo cumpliendo con las obligaciones de buenos ciudadanos con los tributos e impuestos. Si nosotros queremos que nuestras sociedades y ciudades crezcan equitativamente, solidariamente, ordenadamente tenemos que cumplir y pagar nuestros impuestos, sabiendo que estos van a ser bien invertidos.

El tema más molesto no es el tema de pago de impuestos, sino la desinformación, el proceso de cumplir con normas y procedimiento que le quitan el 25% de producción, atendiendo normas para que su negocio esté dentro de las obligaciones que debe cumplir.

¿Las condiciones políticas, socio-económicas del país dan oportunidades para hacer empresa?

Deberían ser mejores. La economía del Ecuador está basada fundamentalmente en la lotería del petróleo, hoy existe mucha inversión pública y poca inversión privada, posiblemente porque no sentimos la necesidad y estamos viviendo el día a día. Ahora hay buenos precios, mejores sueldos y salarios, la economía se mueve en función al sector público.

Debemos generar valor agregado en la producción, buscar transferencia de tecnología para mejorar la producción y hacerla más eficiente, esta es la clave para mejorar el emprendimiento. Además un tema fundamental es la capacitación permanente.

¿Cómo ve usted el entorno económico, político de aquí a unos 5 años para el tema de la empresa?

Existe un 4.8% de desempleo y un 48.6% de subempleo, es decir que más del 50% de la población tiene algún grado de inestabilidad o de pobreza. Para atacar este problema se debe generar fuentes de trabajo, básicamente a través del emprendimiento, la solución está en el sector privado, en los emprendedores de la zona Norte del país.

Esta región es básicamente comercial, agrícola, turística, lo importante es buscar procesos de transformación y generación de valor agregado de la producción. Ahora tenemos una economía dolarizada y hay que aprovecharla porque nos da estabilidad, se puede proyectar a largo y mediano plazo.



Hernán Tulio Macas Romero

Nacido en la ciudad de Zaruma, provincia del Oro.

52 años de edad.

Involucrado con varias empresas prestadoras de servicios de la compañía Texaco Petroleum Company.

Reconocimiento como mejor ciudadano de la provincia de Sucumbios (2004), y mejor ciudadano del Cantón Lago Agrio (2009).

Presidente de la Asamblea de la Sociedad Civil (2002).

Presidente de la Cámara de Comercio de la Lago Agrio (Dos periodos).

¿En qué consiste su negocio y cuando inicio?

Emprendí como comerciante en la provincia de Sucumbíos desde 1985, con la apertura de una boutique llamada Baboo. Era empleado privado y mi esposa laboraba en el sector público. Con la finalidad de independizarnos económicamente instalamos este negocio que duro 17 años y fue muy exitoso, logrando una importante participación en el mercado local.

En 1996 decidí probar con la línea de acabados para la construcción en la rama de aluminio y vidrio con la empresa VIALSU, que tenía como finalidad atender los requerimientos de nuestros clientes en las provincias de Orellana y Sucumbíos. En el año 2002 obtuvimos la representación de la empresa colombiana Colcerámica dueña de la prestigiosa marca "Corona" y creamos "Mundi Acabados" con moderadas salas de exhibición y ventas en la ciudad de Lago Agrio y Francisco de Orellana (Coca). Esta empresa se dedica a la distribución al por mayor y menor de acabados de la construcción, ampliando nuestras líneas y cobertura especializándonos en revestimientos cerámicos (pisos, paredes, porcelanatos, porcelana sanitaria, pegantes, grifería, herramientas, etc.

Nuestro objetivo ha sido siempre lograr satisfacer las necesidades del mercado con calidad de nuestros productos y brindándoles a nuestros clientes el mejor servicio. Y de esta manera ser

reconocidos como líderes en la región.

¿De dónde surge la idea de este tipo de negocio?

Con la necesidad de innovar, he realizado análisis y previsiones de las necesidades que se van a presentar a futuro. Pronosticábamos que el petróleo iba a subir de precio, aunque no en la magnitud que en la actualidad lo es, y esto tenía que mejorar las condiciones económicas de la población y de las empresas petroleras de la zona, como también la participación de los recursos por la exportación de petróleo que se iba a reinvertir en este sector. Se preveía un crecimiento de la construcción tanto del sector petrolero como de la ciudadanía en general y el sector público, fue una de las razones por las que decidimos emprender con este negocio.

¿Cuáles han sido los obstáculos más importantes como empresa ha tenido que afrontar en este tiempo?

Hemos tenido varios obstáculos durante el tiempo que mantenemos nuestra actividad comercial, entre ellos; liquidez, el mal estado de las vías de acceso que dificultan el transporte de nuestros productos especialmente el carretero entre Julio Andrade y Lago Agrio que por ser una vía de tercer orden hace que el producto no llegue en las mejores condiciones y que tengamos que lamentar perdidas por accidentes. El posicionamiento de nuestras marcas en el mercado también ha sido difícil, para ello hemos realizado una importante inversión en publicidad, promoción y capacitación, tanto de personal como de profesionales y maestros en la rama de la construcción y el tema logístico (bodegas, montacargas, trasportes, etc.)

La organización de los comerciantes de Lago Agrio y autoridades que hemos venido trabajando desde varios años por la apertura al comercio formal por el puente internacional sobre el río San Miguel, hemos logrando nuestro objetivo desde el 01 de abril del presente año. Lo que facilitará la importación de nuestro principal producto de comercialización por esta vía. Ahorrándonos tiempo, recursos económicos y manteniendo intacta la calidad del producto hasta que llegue a nuestros consumidores.

Las claves para triunfar como emprendedor

Tener visión, dedicarle mucho tiempo y esfuerzo al emprendimiento. Además, endeudarse, realizar viajes de trabajo, relacionarse con los fabricantes, hacer compromisos serios y duraderos y dedicarse a la colocación de productos en el mercado.

Uno de los aspectos más importantes en toda actividad y que debemos valorarlo mucho es el apoyo y comprensión de la familia.

El crecimiento constante que hemos logrado cada año garantiza el respaldo y compromiso de nuestros proveedores. La dedicación nuestra se gratifica con el crecimiento de las ventas, la satisfacción de nuestros clientes y el compromiso de nuestro personal.

¿Cree usted que el emprendedor deber poseer algunas habilidades, destrezas, perfil en particular?

Debe poseer habilidades, dedicarse a estudiar y hacer análisis del mercado. Una cualidad importante es llegar a la gente, tener siempre la aceptación y crear confianza en las personas, tanto las que trabajan con uno como los clientes, eso es lo fundamental y el resto es dedicación, trabajo y organización. Destaco como elemento principal el tener carisma para el servicio y atención al cliente.

¿Cuál cree que son los Pro y los Contra de trabajar uno mismo?

Podríamos anotar como ventajas de que el propietario dirija su equipo de trabajo y realice actividades en su empresa como ventajosas por cuanto soluciona inconvenientes y toma de decisiones en el momento aparte de que brinda una atención personalizada, y está enterado de todo lo que sucede en su empresa.

Lo contrario es que su tiempo es muy limitado y puede descuidar aspectos personales y familiares.

¿Las condiciones políticas y socioeconómicas en el país generan oportunidades para hacer empresas aquí en el sector?

Siendo optimistas diríamos que sí, porque existe circulante en el mercado porque las condiciones económicas de nuestra población han mejorado especialmente con empleados y

trabajadores del el sector público.

En el tema político también creo que las condiciones son aceptables por el impulso que da el gobierno a los emprendedores con capacitaciones y préstamos son motivantes.

¿La ubicación de Lago Agrio genera condiciones económicas favorables para hacer empresa en la zona de intervención suya?

La ubicación geográfica de Lago Agrio es privilegiada, por ser una ciudad de frontera y zona petrolera, además, los proyectos importantes como el puente Internacional sobre el rio San Miguel, el eje multimodal Manta-Manaos, el proyecto hidroeléctrico Coca Codo Sincler, la alta y variada producción agrícola de la zona como también los múltiples destinos turísticos ubican a Lago Agrio como una zona estratégica y apta para la inversión tanto de nacionales como extranjeros.

Los comerciantes de Lago Agrio estamos trabajando para hacer de esta ciudad un destino turístico y un centro de compras regional con una oferta variada y precios muy competitivos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusiones

1. La actividad emprendedora en el Ecuador ha aumentado considerablemente en los últimos años. La estabilidad económica y política de nuestro país ha generado muchas oportunidades, que en cierta medida se han aprovechado. Ecuador tiene la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) más elevada de la región (26,6%), pero los porcentajes de emprendimiento por necesidad son también los más altos. La tasa de emprendimientos por oportunidad de mejora en Ecuador es la más baja de Latinoamérica y los emprendimientos, por sus características, son poco sostenibles en el tiempo.
2. La población de emprendedores del norte del Ecuador es relativamente joven (entre los 35 y 45 años). A esta edad, el emprendedor ha alcanzado un nivel óptimo de madurez y experticia, que lo hace más inmune al fracaso.
3. En la zona uno de Ecuador, el 54% de emprendedores son hombres, pero en la provincia de Esmeraldas la participación femenina es considerablemente menor que las otras provincias. Las principales causas de la barreras del emprendimiento femenino son: la cultura patriarcal, financiación masculinizada (acceso al crédito restringido), formación segregada, falta de experiencia profesional de las mujeres y las escasas redes femeninas de cooperación.
4. La característica más importante para el éxito de un emprendimiento, según los emprendedores de la zona 1, es la creatividad e innovación, seguido por la auto confianza y la capacidad para solucionar problemas.
5. El capital humano de los emprendedores todavía se sitúa en una posición inferior, apenas el 1,4% tiene estudios de post grado, y el 17,5% tiene formación de pregrado completa, especialmente en estudios de Administración de Empresas y Contabilidad. Esto indica que la capacitación del sector empresarial debe mejorar; la formación académica está vinculada

a la aptitud y al desarrollo de capacidades y habilidades necesarias para alcanzar el éxito emprendedor.

6. La mayoría de emprendedores del norte del Ecuador, considera que los conocimientos en Marketing son más importantes para el desarrollo de la actividad emprendedora, seguidos por el diseño de un Plan de Negocios y la planificación organizacional y estratégica.

7. Aproximadamente el 60% de los emprendedores no han asistido a cursos donde se fomenta la actividad emprendedora. Se podría inferir que todas las gestiones del manejo empresarial de la empresa, se las realiza de manera empírica y sin ningún sustento técnico y científico.

8. La gran mayoría (96,7%) de las empresas, poseen entre uno y diez trabajadores. La región uno del Ecuador está formada, en su gran mayoría por pequeñas empresas, en esta zona no existe un número considerable de medianas y grandes empresas, estas últimas son muy escasas. En la provincia del Carchi es difícil encontrar empresas con más de 20 empleados, la generalidad es localizar micros y pequeñas empresas; consecuencia de esto, es el poco desarrollo empresarial y contar con una matriz productiva primaria, donde no se genera agroindustrias.

9. El principal factor motivador para la generación de microempresas es la independencia. Otro factor importante que motiva la creación de nuevas microempresas es la mejora económica, el emprendedor esta consiente que formar un negocio no es un camino fácil, pero sabe que de tener éxito mejorará considerablemente sus ingresos económicos.

10. Los resultados establecen que 4 de cada 10 emprendimientos no se crearon mediante la elaboración de un Plan de Negocios. Uno de los errores que se comete al momento de emprender es generar microempresas desde la oferta y no desde la demanda, un plan de negocios bien desarrollado elimina este error.

11. El difícil acceso a financiamiento (40% aproximadamente) es el limitante más importante al momento de generar microempresas, el microempresario tiene graves problemas para acceder al mercado financiero. Otro factor importante que limita el emprendimiento es la competencia, pero está siempre va a estar ahí, el emprendedor necesita desarrollar estrategias Mercadológicas para ser más competitivo y ganar nichos de mercados existentes.

12. El aporte de la familia para financiar emprendimientos es importante, por esta razón existen un alto número de Mipymes familiares. En la provincia del Carchi, la cuarta parte de las empresas son creadas con fondos familiares y 4 de cada 10 financia su empresa mediante una entidad financiera. Sucumbíos es la provincia que más financia Mipymes con aportes propios (62%).

13. Para el 60% de los emprendedores las políticas públicas del gobierno no promueven el desarrollo de las Mipymes. Un factor importante de este resultado, son los impuestos que deben pagar los microempresarios. Dentro de los mandatos del SRI (Servicio de Rentas Internas) esta “la exigencia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios y valor, así como la Constitución y la Ley”, dentro de este marco el emprendedor ve, a esta política fiscal, como una amenaza para la estabilidad de su negocio.

Recomendaciones.

1. Todas las instituciones, públicas y privadas involucradas de una u otra manera en el fomento de la actividad emprendedora, deben proponer y aplicar acciones y estrategias, que busquen desarrollar y mejorar las capacidades y habilidades emprendedoras. En este sentido, la universidad debe ser el ente donde se promueva la creación y desarrollo de microempresas, es decir, que los estudiantes hagan empresa y generen fuentes de empleo.
2. Es importante que desde temprana edad las personas cultiven el espíritu emprendedor, que asuman riesgos, que estén motivadas y sean atrevidas a la hora de emprender cualquier actividad, especialmente en la creación de unidades de negocio.
3. Los emprendedores y la gente que quiere crear empresa, debe organizarse y formar redes de emprendimiento. La gente cuando está más organizada y empoderada puede alcanzar objetivos y metas más ambiciosas, y aprovechar oportunidades provenientes de instituciones que promueven el emprendimiento en el Ecuador.
4. Los emprendedores que buscan crear micro empresas, deben diseñar, elaborar y aplicar un plan de negocios, ya que en este instrumento se delinean las estrategias que el emprendedor deberá seguir para minimizar los riesgos y realizar un análisis de mercado que le permita explotarlo de la mejor manera.
5. Fomentar y fortalecer el emprendimiento femenino, eliminando las barreras que impiden a la mujer desarrollarse como persona y profesional. Las mujeres por su naturaleza son capaces de explorar y explotar nichos de mercado que el hombre no podría. Existen muchas oportunidades para que las mujeres se desarrollen y alcancen un nivel de emprendimiento efectivo.

6. Establecer políticas que facilite el acceso a créditos de los pequeños y medianos emprendedores, y estos puedan ser partícipe de su propio desarrollo. De acuerdo a los resultados de esta investigación, los pequeños y medianos emprendedores cumplen adecuadamente sus obligaciones financieras, por lo que es bajo el riesgo de no poder recuperar el capital e interés que invierte cualquier institución financiera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abraham, Joe. (2011). *Entrepreneurial DNA: The Breakthrough*. United States of América: McGraw-Hill

Ademar, Horacio. (2003,1 de abril). *Novedades Educativas. Enseñar a aprender a emprender: orientaciones metodológicas*. Recuperado el 20 de septiembre del 2012, de <http://horacioaferreyra.com.ar/ensenar-a-aprender-a-emprender-orientaciones-metodologicas/>

Alcaraz, Rafael. (2011). *Emprendedor de éxito*. (4ta. Ed.) México D. F, México: Mc Graw-Hill.

Amaya, Edwin. (2013). *1000 Ideas de negocios.com. 10 Reglas de Éxito en los Negocios*.

Recuperado el 14 de abril del 2013 de <http://www.1000ideasdenegocios.com/2008/04/10-reglas-de-exito-en-los-negocios.html>

Araque, Wilson. (2009). *Perfil del emprendedor ecuatoriano*. Quito, Ecuador: Corporación Editora Nacional.

Arévalo, Alex. (2011, Marzo). *Cualidades de un Emprendedor*. Recuperado el 11 de mayo del 2012 de <http://fr.slideshare.net/arkex/cualidades-del-emprendedor>

Belausteguigoitia, Manol. (2009). *Empresas Familiares, su dinámica, equilibrio y consolidación*. (2da. Ed.) México D. F, México: Mc Graw-Hill

Cantone, David. (2013). *David Cantone. Cómo Superar el Miedo al Fracaso*. Recuperado el 4 de septiembre del 2013 de <http://davidcantone.com/miedo-al-fracaso/>

Carrizosa, Joaquín. (2008). *El despertar de la consciencia y la inteligencia emocional*. España: Joaquín Carriosa Gutiérrez.

Carroll, Lewis. (2003, Abril). Alicia en el País de las Maravillas. Recuperado el 30 de marzo del 2012 de http://mimosa.pntic.mec.es/jgomez53/docencia/carroll-alicia_en_el_pais_de_las_maravillas.pdf

Centro de Profesores de Cuenca. Castilla, España (2007, octubre). Que es el espíritu emprendedor. Recuperado el 9 de mayo del 2012 de http://alerce.pntic.mec.es/frol0006/PDF/concepto_espiritu_emprendedor.pdf

Craver, H. y Molina, H. (2012). El efecto dinamizador del capital intelectual en la innovación de las empresas familiares. Recuperado el 8 de agosto del 2013 de <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/388/Enrique%20Claver%20Cort%C3%A9s.pdf>

Crecenegocios.com. (2013, septiembre). 10 claves para superar a la competencia. Recuperado el 30 de septiembre del 2013 de <http://www.crecenegocios.com/10-claves-para-superar-a-la-competencia/>

Cuadros, Ariel. (2010, Diciembre). La Espiritualidad Real. Recuperado el 11 de mayo del 2012 de <http://espiritualidadreal.wordpress.com/autor/arielcuadros/>

Diario Hoy, publicado el 10 de abril del 2013. Ecuador lidera el emprendimiento en América Latina con el 26,6%. Recuperado el 12 de julio del 2013 de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-lidera-el-emprendimiento-en-america-latina-con-el-26-6-578382.html>

Diario Hoy, publicado el 15 de abril del 2013. Ecuador rezagado en procesos para formalizar empresas nuevas. Recuperado el 21 de agosto del 2013 de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-rezagado-en-procesos-para-formalizar-empresas-nuevas-578794.html>

Díaz, Javier. (2012, 1 de abril). 12 Ventajas de la inteligencia lingüística para los Negocios. Recuperado el 13 de julio del 2013 de <http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/04/ventajas-de-la-inteligencia->

Escuela de Economía Solidaria. (s/f). *Emprende + innova*. Recuperado el 10 de junio del 2013 de <http://escueladeeconomiasocial.es/contenido/emprendeinnova>

Ferras, Xavier. (2012). *El emprendedor nace o se hace*. Recuperado el 18 de enero del 2013, de <http://xavierferras.blogspot.com/2012/02/el-emprendedor-nace-o-se-hace.html>

Freire, Andy. (2004). *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar.

Guerrero, Miguel. (2013, Septiembre). *¿Competencia desleal o ineficiencia empresarial?* Recuperado el 29 de septiembre del 2013 de <http://www.acento.com.do/index.php/blog/10964/78/Competencia-desleal-o-ineficiencia-empresarial.html>

Gutiérrez, Guillermo. (2012). *Guía fácil para emprendedores*. Recuperado el 1 de junio del 2012 de <http://www.aulafacil.com/emprendedores-guia-facil/curso/Lecc-7.htm>

Lasio, V., Caicedo, G. y Ordeñana J. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2012*.

Lasio, Virginia. (2013, 15 de abril). *El emprendedor.ec*. En Ecuador faltan componentes del ecosistema emprendedor. Recuperado el 4 de agosto del 2013 de <http://www.elemprendedor.ec/entrevista-virginia-lasio/>

Leiva, Juan. (2011, Junio). *Grandes Pymes. Espíritu Emprendedor: Las conductas emprendedoras, la fijación de metas*. Recuperado el 12 marzo del 2013 de <http://jcvalda.wordpress.com/2011/06/02/espiritu-emprendedor-las-conductas-emprendedoras-la-fijacion-de-metas/>

Lerma Alejandro (2007). *Liderazgo Emprendedor*. México. D.F. Cengage Learning.

Muñoz, Ana. (s/f). *Motivación. La creatividad*. Recuperado el 14 de marzo del 2012 de http://motivacion.about.com/od/psicologia_positiva/a/La-Creatividad.htm

Porter, Michael. (2010). *Estrategia Competitiva*. (1ra. Ed.). México D. F, México: Patria

Prieto, Pablo. (2010, Enero). Economía y empleo. Reinventar la empresa y el capital emocional ante la crisis. Recuperado el 22 de mayo del 2012 de <http://suite101.net/article/argentina-optimismo-y-fracaso-emprendedor-a9034>

Revista Digital Addhara I&C. (2012, mayo). Los 8 tipos de emprendedores. Recuperado el 16 de mayo del 2012 de <http://www.addhara.com/los-8-tipos-de-emprendedores/>

Revista Digital Endeavor. (2012, Febrero). El espíritu emprendedor: ¿Dónde puedo encontrar uno? Recuperado el 10 de mayo del 2012 de <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/eresemprendedor/399494.html>

Silva, Jorge. (2008). Emprendedor "Crear su propia Empresa". México D. F, México: Alfaomega.

Stenberg, Robert. (2007, Junio). Anales de Psicología. "La creatividad en la cultura conformista. Un desafío a las masas". Recuperado el 8 de enero del 2012 de <http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/8110/2/Creatividad%20para%20todos.%20Consideraciones%20sobre%20un%20grupo%20particular.pdf.txt>

Torres, Silvia. (2001). El empresario innovador. Recuperado el 30 de agosto del 2012, de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Villarroel, Pablo y colaboradores. (2004). Espíritu Emprendedor. Quito, Ecuador: ESPE, Escuela Politécnica Nacional.

Wilkins J. y Hirisch, R. (1986). ¿Quieres comprar o vender tu empresa? Recuperado el 24 de agosto del 2013 de <http://www.orientacionemprendedores.com/quieres-comprar-o-vender-tu-empresa>

Zapatero, Emilio. (2013). Proyecto Recopilador de Tecnología para 4º de E.S.O.: TALLER DE CREATIVIDAD. Tesis de Maestría Publicada. Universidad de Valladolid, Valladolid, España.



ISBN 978-9942-914-14-9



9 789942 914149