

Cultura, creatividad y gestión: componentes para la generación de emprendimientos

Culture, creativity and management: components for the generation of entrepreneurs

Magdalena Rosario Huilcapi Masacón¹; Julio Ernesto Mora Aristega²
{mhuilcapi@utb.edu.ec; jmora@utb.edu.ec}

Fecha de recepción: 1 de abril de 2020 – **Fecha de aceptación:** 14 de mayo de 2020

Resumen: Los agentes de la transformación económica, política, cultural y social de los pueblos, son las empresas de cada uno de los sectores, las que a través de la generación de emprendimientos ofrecen oportunidades de empleo y crean modelos de desarrollo social, garantizando de esta forma oportunidades y alternativas para mejorar la calidad de vida de las personas; La cultura organizacional, creatividad y gestión forman parte de los componentes de esencial importancia para la incubación de emprendimientos facilitando así mejores resultados económicos para los pequeños, medianos y grandes emprendedores. La cultura es un mecanismo fundamental del proceso de socialización y del conocimiento, la creatividad permite la innovación y la gestión es la capacidad del ser humano, convirtiéndose éstas en las claves que se requieren para alcanzar ventajas al momento de competir. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, se aplicó el método inductivo y estudio estadístico mediante el análisis de frecuencia y la aplicación de encuestas a las personas que viven en una de las comunidades rurales de Babahoyo; el objetivo de este trabajo permitió identificar el aporte de las familias para la reactivación de la economía y el desarrollo sostenible del sector, llegando a la conclusión de que el apoyo a través de diferentes ejes es fundamental para que los emprendimientos generen bienestar, comodidad, fuentes de trabajo en el entorno familiar y social y que por ende mejoren las condiciones de vida, sin descuidar elementos como la cultura, creatividad y gestión.

Palabras clave – *Creatividad, cultura, economía, emprendimiento, gestión.*

Abstract: The agents of the economic, political, cultural and social transformation of the peoples, are the companies of each one of the sectors, that through the generation of companies offer employment opportunities and create social development models, thus guaranteeing opportunities and alternatives to improve the quality of people. of life; Organizational culture, creativity and management are part of the components of essential importance for the incubation of companies, which facilitates better economic results for small, medium and large entrepreneurs. Culture is a fundamental mechanism of the process of socialization and knowledge, creativity allows innovation and management is the ability of the human being, becoming the keys that are required to achieve advantages when competing. The methodology used was quantitative, the inductive method and the statistical study were applied through frequency analysis and the application of surveys to people living in one of the rural communities of

¹Ingeniera Comercial, Magíster en Administración de Empresas.
Universidad Técnica de Babahoyo.

²Contador Público Auditor, Magíster en Administración de Empresas.
Universidad Técnica de Babahoyo.

Babahoyo; the objective of this work allowed to identify the contribution of the families for the reactivation of the economy and the sustainable development of the sector, arriving at the conclusion that the support through different axes is fundamental so that the companies generate well-being, comfort, sources that work in the family and social environment and, therefore, improve living conditions, without neglecting elements such as culture, creativity and management.

Keywords – *Creativity, culture, economy, entrepreneurship, management.*

INTRODUCCIÓN

Los Centros de Educación en el país, el Estado, la Comunidad y la Empresa han convergido para apoyar todo tipo de emprendimiento, la cooperación es fundamental; sin embargo, elementos como cultura, creatividad y gestión fortalecen los niveles para que las empresas sean competitivas; La cultura comprende el patrón general de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización (Salazar Estrada, Guerrero Pupo, Machado Rodríguez, & Cañedo Andalia, 2009). El mundo globalizado de hoy frente a los procesos económicos acelerados requiere de dinamismo en los procesos, de una comunicación que fluya en doble vía, de allí que es imperativo hacer uso de los sistemas de la información y comunicación (Parra, 2007) .

Por lo tanto se requiere que los emprendedores posean ciertas características, que según (Suleiman) son necesarias para asumir con capacidad de gestión los emprendimientos:

- Disposición para asumir riesgos
- Imaginación
- Seguridad de sí mismo
- Persistencia
- Capacidad para adaptarse

CULTURA

Para (Salazar, 2008), la cultura de una organización desde su creación, tiene una importante influencia de los valores, las creencias y los criterios son consideradas como deseables para las compañías; Salazar cita a Robbins para destacar que los fundadores de las organizaciones por tradición tienen un mayor impacto en la cultura inicial de la organización; pero complementa esta idea al afirmar que la cultura de una organización no desaparece con sus fundadores, sino que se perpetua y es capaz de adaptarse.

CREATIVIDAD

La creatividad es la capacidad de generar y hacer realidad nuevas ideas (Montoya Flores, 2015), en tanto que para (Kaufmann A. Gil, 1994), la creatividad y la imaginación son los pilares de una gestión exitosa, por ello es importante encontrar los medios creativos para enfrentar el cambio la incertidumbre y los riesgos; en consecuencia el personal requiere aumentar la capacidad de innovación, la rapidez y la eficacia en la toma de decisiones; las mismas que por su carácter requieren de los individuos, capacidad

de jerarquización, valoración y representación de las ideas en el sistema que por ende debe ser medible y en el que se pueda identificar las limitaciones, superar obstáculos e identificar oportunidades que permitan el progreso de las organizaciones.

En consecuencia, la creatividad ayuda al emprendedor para mantenerse firme en el negocio, para identificar canales de difusión y llegar al público objetivo, para desarrollar nuevos productos, para rodearse de colaboradores que aporten al negocio.

GESTIÓN

Los programas de emprendimiento, se han constituido en herramientas de los gobernantes para aumentar el rubro de los ingresos y de empleo productivo, de allí que, a nivel de entidades gubernamentales, corresponde a ellas diseñar políticas locales asociadas al fortalecimiento de las PYMES, las mismas que desempeñan un papel creciente de la economía y contribuyen a la generación de fuentes de trabajo, al desarrollo de la economía y la sociedad en general, dinamizando así las cadenas productivas (Marleny Cardona A. Luz Dinora Vera, 2016).

Con respecto a la gestión, vale destacar que la responsabilidad social corporativa ayuda a las organizaciones a ser socialmente responsables ante las sociedades y las partes interesadas con respecto a sus diferentes impactos en comunidades como la económica, social y ambiental (Qureshi, 2019).

(Salinas Ramos & Osorio Bayter, 2012), destacan que el emprendedor es la persona que asume riesgos a la hora de tomar decisiones; es aquel que asume la creación de empresas, aprovecha un vacío en el mercado; un emprendedor no es inventor, ni científico, ni dueño de capital, es un innovador que pone en marchas nuevas empresas que renuevan el tejido empresarial de una sociedad. Emprendedor puede ser cualquier persona durante un periodo y luego dejarlo, por ello, si deja de ser innovador deja de ser emprendedor (Pereira, 2007). Un emprendedor se caracteriza por identificar problemas y resolverlos, se fija objetivos, controla su destino, busca prestigio y reconocimiento.

Al mismo tiempo se destaca la importancia que tienen los pilares del emprendedor como lo destaca (Huilcapi Masacón, Mora Aristega, & Castro López, 2018) Compromiso, Responsabilidad, Aptitud, Pasión, Retorno de la Inversión, Estrategia, Capital, Innovación, constituyéndose en la clave para el incremento de la productividad generando la mayor parte del empleo; entonces se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía, así lo destaca. (Zamora Boza, 2018)

Por otra parte (Montoya Flores, 2015), destaca que hay factores internos que afectan a las empresas en términos de innovación y creatividad no sólo son muy numerosos y variados sino que muchos de ellos no son controlables por los managers; aquí se mencionan aquellos que son controlables como la estructura organizacional - La cultura empresarial - El papel de los managers - Gestión del conocimiento - Gestión de recursos humanos; por ende la Capacidad de Gestión de los emprendedores es fundamental para el progreso de los mismos.

METODOLOGÍA

La metodología cuantitativa es la que se utilizó en la investigación, la misma ha permitido detallar y analizar la problemática relacionada con los emprendimientos, así como la recolección de los datos cuantitativos a través de las encuestas realizadas, metodología que ha permitido identificar las características de la población objeto de estudio, se diseñó y aplicó cuestionarios de preguntas a 30 emprendedores de las comunidades rurales del cantón Babahoyo. El tratamiento y análisis estadístico de la información contenida en la base de datos de la investigación realizada, se procesó con el paquete estadístico SPSS, v 22, debido a su capacidad de generación de informes y facilidad para importar datos desde Excel.

RESULTADOS

Motivación

La tabla 1 hace referencia a la motivación de las personas para iniciar un emprendimiento.

Tabla 1. ¿Qué los motiva para ser emprendedores?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Emprende por estar en zona segura	12	20,00 %
Emprende por necesidad económica	23	38,33 %
Emprende para ser dueño de su propia empresa	15	25,00 %
Emprende por pasión	10	16,67 %
Total	60	100 %

Fuente: Encuesta realizada en las comunidades, 2019

Elaborado por: los autores

Para todo emprendedor es importante crear su propia riqueza, siendo esto su principal motivación, en la encuesta realizada el 38,33% destacó que la razón que los motiva para ser emprendedores, es la necesidad económica; en tanto que el 25% señala que emprende para ser dueño de su propia empresa, lo que permite deducir que las personas se motivan por la necesidad de tener un trabajo, para sentirse productivas y poder integrarse a la sociedad.

Decisión

La tabla 2 demuestra los factores que influyen en la decisión las personas para iniciar un emprendimiento.

Tabla 2. Factores que influyen en la decisión para emprender

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Apoyo económico	17	28,33%
Apoyo de gobiernos locales	12	20,00%
Apoyo de entes educativos en capacitación	10	16,66%
Formación profesional	21	35,00%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta realizada en las comunidades, 2019

Elaborado por: los autores

Respecto a la tabla 2, relacionada con los factores que influyen en la decisión para emprender, el 35,00 % de los encuestados manifestó que es la formación profesional, un 28,33 % dice que es el apoyo económico que reciben, en tanto que un 20,00 % expresó que es el apoyo que reciben de los gobiernos locales (asesoramiento, capacitación, incentivos); se estima que, estos factores son claves para la decisión para emprender.

Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2020), a diciembre de 2019, la tasa de desempleo a nivel nacional fue de 3,8%, a nivel urbano esta tasa se ubicó en 4,9%, y a nivel rural en 1,6%. Las variaciones tanto a nivel nacional, urbano y rural, respecto a junio de 2018 no fueron estadísticamente significativas, Ver figura 1

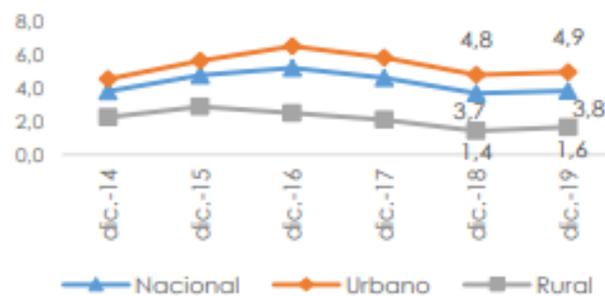


Figura 1. Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural, 2014-2019 (En porcentaje respecto a la PEA)

Fuente: Boletín Técnico N° 01-2020-ENEMDU del INEC

Algo semejante ocurre con el desempleo, pues, según la gestión realizada como se muestra en la (Figura 2), se observa que el desempleo abierto fue mayor al oculto. A diciembre de 2019, el 3,4% de la PEA a nivel nacional estuvo buscando activamente un trabajo (desempleo abierto); y, el 0,5% estuvo en condiciones de desempleo sin realizar ninguna acción de búsqueda (desempleo oculto).

Se concluye entonces que las personas al no tener acceso a un trabajo toman la opción de emprender para generar sus propios recursos económicos que les permite la subsistencia, aunque algunos no lo buscan, esperan pasivamente a que llegue esa oportunidad (desempleo oculto).



Figura 2. Población con empleo en el sector formal e informal a nivel nacional, 2014-2019

Fuente: Boletín Técnico N° 01-2020-ENEMDU del INEC

Respecto a la población con empleo, se muestra en la Figura 3. Población con empleo en el sector formal e informal a nivel nacional, 2014-2019. (En porcentaje respecto al total de personas con empleo), aquí se puede observar que, a diciembre de 2019 a nivel nacional, del total de personas con empleo, el 44,7% se encuentran en el sector formal y el 46,7% en el sector informal. El 8,6% restante está en el empleo doméstico y en la categoría de no clasificados.

Se puede colegir que un alto número de personas pueden optar por emprender, pues un alto porcentaje de personas están en un empleo en el sector informal.



Figura 3. Población con empleo en el sector formal e informal a nivel nacional, 2014-2019

Fuente: Boletín Técnico N° 01-2020-ENEMDU del INEC

Consideraciones finales

La falta de oportunidades de empleo, es un factor motivacional para la generación de emprendimientos, por otra parte, el apoyo que los emprendedores reciben hoy por parte de organismos gubernamentales, universidades y otras organizaciones, lleva a las personas a incursionar en las (start ups) empresas de reciente creación, generalmente fundadas por un emprendedor o varios, sobre una base tecnológica, innovadoras y con elevada capacidad de gestión, hoy por hoy, son la clave para competir en la diversidad de mercados.

La característica de la población (joven) es sinónimo de energía, y decisión para enfrentar retos, la puesta en práctica de propuestas de negocios para la generación de rentabilidad, y agregamiento de valor se convierten en un gran aporte para el desarrollo económico del país.

La concientización de la cultura emprendedora es importante para la generación de emprendimientos y para el desarrollo de la sociedad; pues la intersección de las aristas como el crecimiento económico, la innovación y el desarrollo productivo, contribuyen a la creación de puestos de trabajo diversificando de esta manera el tejido productivo, el tejido económico y el tejido social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Huilcapi Masacón, M. R., Mora Aristega, J. E., & Castro López, G. (2018). Emprendimiento opción para reactivar la economía y el desarrollo sostenible en Comuna Santa Elena. *Revista Killkana Sociales.*, 59-64.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2020). Boletín Técnico N° 01-2020-ENEMDU-INEC. Quito: Ecuador en Cifras.
- Kaufmann A. Gil, A. G. (1994). *La Creatividad en la Gestión de las Empresas*. Madrid: Pirámide.
- Marleny Cardona A. Luz Dinora Vera, J. T. (2016). *LAS DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL: LA EXPERIENCIA DE*. Documentos de trabajo de Economía y Finanzas.
- Montoya Flores, A. M. (2015). *Creatividad, Innovación y Emprendimiento dentro de las Empresas: Análisis y diagnóstico de factores internos*. Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad Pontificia de Madrid.
- Parra, D. Q. (2007). *Comunicación, clima y cultura organizacional para la gestión del conocimiento*. Pymes metalmencaica de Cali. Universidad. Empresa, Bogotá (Colombia), 9-36.
- Qureshi, M. H. (2019). *Impacto de la responsabilidad social corporativa en la lealtad de los clientes: el papel mediador de la confianza de los clientes*. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.
- Salazar Estrada, J., Guerrero Pupo, J., Machado Rodríguez, Y., & Cañedo Andalia, R. (2009). *Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral*. ACIMED., 67-75.
- Salazar, A. M. (2008). *Estudio de la Cultura Organizacional, Caso empresa del sector asegurador Venezolano*. Venezuela: Universidad Católica Andres Bello.
- Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2012). *Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación*. Centre International de Recherches et Cooperative, 129-151.
- Suleiman. (s.f.).
- Zamora Boza, C. S. (2018). *La importancia del emprendimiento en la Economía: el caso de Ecuador*. ESPACIOS, 15.