



Revista de Ciencias Humanísticas y
Sociales (ReHuso)

E-ISSN: 2550-6587

rehuso@utm.edu.ec

Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

Feijó Cuenca, Priscila; Feijó Cuenca, Tito; Moreira Vélez, Jhinson
FACTORES SOCIALES QUE DINAMIZAN EL EMPRENDIMIENTO: UNA
APROXIMACIÓN HUMANISTA A MODELOS EMPRESARIALES INNOVADORES
Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso), vol. 5, núm. 1, enero-abril, 2020,
pp. 116-123
Universidad Técnica de Manabí

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=673171024011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

FACTORES SOCIALES QUE DINAMIZAN EL EMPRENDIMIENTO: UNA APROXIMACIÓN HUMANISTA A MODELOS EMPRESARIALES INNOVADORES

Autores:

Priscila Feijó Cuenca¹

Tito Feijó Cuenca²

Jhinson Moreira Vélez³

Dirección para correspondencia: nfeijo@utm.edu.ec

Fecha de recepción: 1 de septiembre del 2019

Fecha de aceptación: 20 de diciembre del 2019

Fecha de publicación: 2 de enero del 2020

Citación/como citar este artículo: Feijó, P., Feijó, T. y Moreira, J. (2020). Factores sociales que dinamizan el emprendimiento: una aproximación humanista a modelos empresariales innovadores. *Rehuso*, 5(1), 116-123. Recuperado de: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1684>

RESUMEN

El emprendimiento mejora las sociedades, dinamiza la economía, independiza a las personas económicamente y fomenta el empleo, entre tantos otros beneficios. De allí la importancia de emprender un estudio que sistematice buena parte de los procesos que caracterizan este tipo de iniciativas. La generación de estas prácticas propicia un ecosistema integrado en donde el fundamento de todo es el ser humano. Por ello es necesario abordar los procesos sociales que impulsan el emprendimiento desde una perspectiva humanista de la situación. De esta forma se pueden apreciar las condiciones del mercado, el acceso a todo tipo de negocios y a la formación de grupos emprendedores tomando en cuenta factores sociales esenciales en estas actividades. Uno de los postulados es que la generación de empleo y fuentes de ingresos beneficia a seres humanos que cada vez más se mueven en un mundo competitivo y ávido de conseguir un mejor futuro en el ámbito financiero. En este sentido, hay que considerar que Ecuador es un país donde el emprendimiento tiene un poderoso impacto y gran acogida. Se trata de iniciativas orientadas en actividades comerciales, productos y todo tipo de servicios. En esa línea, la presente investigación ofrece, además, un trabajo empírico donde se da cuenta de las ideas y proyectos innovadores por parte de estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí con el propósito de confrontar aspectos teóricos con la práctica y la vida real de los futuros emprendedores. Con ello se destacan oportunidades y el factor humanista que puede proponer una independencia económica y satisfacción de necesidades sociales. Otros aspectos que se destacan, aparte del dinero y los negocios en el emprendimiento, es lo que caracteriza al ser humano como su dimensión personal, su cultura, su ideología y los valores que rigen su comportamiento en la sociedad contemporánea. Esta serie de elementos enriquecen el escenario emprendedor ecuatoriano, porque al fijarse en el plano humanista se propende a conseguir mejores proyectos productivos e ideas más pertinentes que destacan la identidad y los valores sociales.

¹ Universidad Técnica de Manabí

² Universidad Técnica de Manabí

³ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Palabras clave: Emprendimiento; proyectos innovadores; ideas; aspecto humanista; valores sociales.

SOCIAL FACTORS DRIVING ENTREPRENEURSHIP: A HUMANIST APPROACH TO INNOVATIVE BUSINESS MODELS

Abstract

Entrepreneurship improves societies, energizes the economy, makes people independent economically and promotes employment, among other benefits. Hence the importance of undertaking a study that systematizes a good part of the processes that characterize this type of initiative. The generation of these practices fosters an integrated ecosystem where the foundation of everything is the human being. It is therefore necessary to approach the social processes that drive entrepreneurship from a humanistic perspective of the situation. In this way, market conditions, access to all types of businesses and the formation of entrepreneurial groups can be appreciated, taking into account essential social factors in these activities. One of the postulates is that the generation of employment and sources of income benefits human beings who are increasingly moving in a competitive world and eager to achieve a better financial future. In this sense, we must consider that Ecuador is a country where entrepreneurship has a powerful impact and great acceptance. These are business-oriented initiatives, products and all kinds of services. Along these lines, the present research offers, in addition, an empirical work where he gives account of innovative ideas and projects by students of the Faculty of Administrative and Economic Sciences of the Technical University of Manabí with the purpose of confronting theoretical aspects with the practice and real life of the future entrepreneurs. This highlights opportunities and the humanistic factor that can propose an economic independence and satisfaction of social needs. Other aspects that stand out, apart from money and business in entrepreneurship, are what characterizes the human being as its personal dimension, its culture, its ideology and the values that govern its behavior in contemporary society. This series of elements enrich the Ecuadorian entrepreneurial scenario, because by focusing on the humanist level it aims to achieve better productive projects and more relevant ideas that highlight identity and social values.

Keywords: Entrepreneurship; innovative projects; ideas; humanistic aspect; social values.

Introducción

La formación de nuevas empresas y de individuos emprendedores es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de las sociedades. De esta forma, resulta indudable que el emprendimiento resulta importante por sus efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento financiero. Uno de los postulados del trabajo que se presenta a continuación es que por encima de los recursos y actividades empresariales se debe destacar además los elementos humanistas que existen en las personas para fomentar países más comprometidos con el desarrollo social.

Desde las instituciones de educación superior puede formarse una perspectiva humanista en la que se destaquen los valores de los potenciales innovadores. Es así que en este documento se destacan parte de esos principios. En este sentido es de considerar que el emprendimiento en Ecuador está prácticamente orientado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Se lleva a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades. Por ello, las personas buscan mejores oportunidades. Más aún cuando el empleo formal se reduce cada vez más y las oportunidades para buscar mejores días apuntan hacia la búsqueda de iniciativas de negocios independientes.

Al respecto, autores como Van Stel, et al. (2005) encuentran que el efecto del emprendimiento en el crecimiento económico depende del nivel de renta per cápita, es decir, el emprendimiento juega un rol diferente de acuerdo con las diferentes etapas de desarrollo económico en que se encuentran.

Las nuevas empresas incrementan la productividad agregada que resulta de una recombinación de los factores de producción y provocan un cambio estructural importante. Un elemento importante para considerar el postulado planteado en esta investigación es que los nuevos productos y servicios que se ofrecen en el mercado permiten un dinamismo colateral hacia industrias proveedoras de insumos, esto estimula la competitividad de los mercados y la innovación en todas sus formas dando paso al crecimiento de la economía.

En este aspecto introductorio, y ya para empezar el desarrollo del estudio que se propone, se puede dejar por establecido que el emprendimiento es un elemento clave del crecimiento económico. Pese a que los mecanismos exactos, la intensidad, la temporalidad y la direccionalidad de esta relación aún es desconocida, es claro que la creación de empresas y la continuidad de estas en el tiempo aumenta la competencia, la generación de mejores empleos, la innovación y la diversificación productiva. Por ello es evidente que “la promoción del emprendimiento es un tema de creciente importancia dentro de las economías mundiales, particularmente las latinoamericanas, que en los últimos años han implementado, en mayor o menor grado, diversas reformas para atraer inversionistas y motivar emprendedores en sectores estratégicos de sus economías con la finalidad de reducir el desempleo, dinamizar la estructura productiva e incrementar el nivel de producción” (Zamora, 2018, p.15). Los emprendimientos sociales son también una forma importante de emprendimiento que ha repuntado en la región para satisfacer necesidades sociales que el Estado no ha podido atender.

Metodología

En el presente estudio se pretende mostrar cual ha sido la dinámica del emprendimiento desde una perspectiva humanista en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí, con sede en Portoviejo. Para ello se han tomado en cuenta a 46 estudiantes que cursan sus estudios en el último semestre de la carrera de Administración de Empresas. Para cumplir con los propósitos de esta investigación se realiza un análisis exploratorio descriptivo de las implicaciones del emprendimiento en el comportamiento de la economía, luego se revisan los indicadores de emprendimiento en cuanto a sus valores y sus principales características, posteriormente se determina el alcance de la política pública en el fomento del emprendimiento en el país y finalmente se presentan las conclusiones a las que se ha llegado en este documento.

Resultados

Perspectivas del emprendimiento

Tabla #1

¿Qué enfoques cree que debe tener un verdadero emprendimiento innovador?

| Aspectos | Estudiantes | Porcentaje |
|--|-------------|------------|
| Empresarial y de negocios | 2 | 5% |
| Con visión social | 18 | 42% |
| Con valores y con enfoque humanista | 20 | 48% |
| Orientado exclusivamente a las actividades financieras | 2 | 5% |
| Total | 42 | 100% |

Fuente: encuesta a estudiantes.

Elaboración propia

En la tabla No 1 se exponen los resultados de la pregunta relacionada con el enfoque que debe tener el emprendimiento. La perspectiva empresarial o de negocios tuvo un 5% de aceptación, la respuesta vinculada con la visión social fue escogida por un 42% de participantes de la encuesta, mientras que la opción relacionada con los valores y el enfoque humanista fue seleccionada por el 48% de los estudiantes que cursan sus estudios en el último semestre de la carrera de Administración de Empresas

de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Manabí. Finalmente, apenas un 5% se inclinó por la opción que el enfoque debe estar orientado exclusivamente a las actividades financieras. Los resultados obtenidos revelan que hay un profundo interés por el enfoque con carácter humanista en actividades empresariales, lo que fundamenta el argumento de este artículo de investigación.

Sobre la consideración de los valores

Tabla # 2.

¿Usted considera que el enfoque humanista y los valores de las personas son importantes para fomentar una actividad empresarial vinculada con el emprendimiento?

| Aspectos | Estudiantes | Porcentaje |
|-----------------------|-------------|------------|
| Sí | 36 | 86% |
| No | 4 | 9% |
| Prefiere no responder | 2 | 5% |
| Total | 42 | 100% |

Fuente: encuesta a estudiantes.

Elaboración propia

En esta pregunta los resultados demuestran que un 86%, la gran mayoría de consultados, señalan que están de acuerdo con que un enfoque humanista y los valores de las personas son importantes para fomentar una actividad empresarial vinculada con el emprendimiento. Mientras que apenas un 9% señaló lo contrario y un mínimo porcentaje del 5% prefirió no responder.

El aporte de un abordaje humanista

Tabla #3.

¿Cuál es el aporte que un enfoque humanista del emprendimiento le brinda a la sociedad?

| Aspectos | Estudiantes | Porcentaje |
|--|-------------|------------|
| El enfoque humanista fomenta una sociedad más justa | 12 | 29% |
| Un abordaje humanista de los negocios fomenta el desarrollo de mejores personas | 16 | 38% |
| Los valores en el ámbito empresarial generan negocios más honestos | 10 | 24% |
| Los empresarios con perspectiva humanista piensan más en los intereses de grupos desprotegidos | 4 | 9% |
| Total | 42 | 100% |

Fuente: encuesta a estudiantes.

Elaboración propia

Sobre el aporte de un abordaje humanista, un 29% manifestó que fomenta una sociedad más justa. Un 38% de encuestados consideró que un abordaje humanista de los negocios fomenta el desarrollo de mejores personas, mientras que un 24% se inclinó por la opción de que los valores en el ámbito empresarial generan negocios más honestos; finalmente, un 9% de estudiantes universitarios aseguró que empresarios con perspectiva humanista piensan más en los intereses de grupos desprotegidos. Las respuestas revelan que los estudiantes se encuentran interesados en un abordaje humanista en el ámbito empresarial.

Sobre perspectivas personales en el ámbito empresarial

Tabla # 4.

¿Le gustaría ser un emprendedor que considere el ámbito humanista y formado en valores?

| Aspectos | Estudiantes | Porcentaje |
|-----------------------|-------------|------------|
| Sí | 40 | 95% |
| No | 2 | 5% |
| Prefiere no responder | 0 | 0% |
| Total | 42 | 100% |

Fuente: encuesta a estudiantes.

Elaboración propia

Esta última pregunta de la encuesta pretende contestar a la pregunta de si a los estudiantes que cursan sus estudios en el último semestre de la carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Manabí, les gustaría ser emprendedores que considere el ámbito humanista y formado en valores. Al respecto, una gran mayoría expresada en un 95% contestó de forma afirmativa y apenas un 5% señaló lo contrario. Los resultados del trabajo empírico de este estudio, evidencian por tanto que existe un interés notable por parte de los universitarios encuestados por aplicar los principios humanistas en sus actividades empresariales.

Discusión

El emprendimiento desde una perspectiva humanista

Los factores sociales que dinamizan el emprendimiento son importantes para fomentar una aproximación humanista a modelos empresariales innovadores. En este apartado, y concomitante con lo anterior, se brindará un enfoque teórico de lo sostenido y fundamentado con el propósito de encontrar conclusiones válidas para este estudio.

Según Romero *et al.* (2017), en cuestiones de emprendimiento se debe considerar el número de procedimientos para instalar nuevas acciones, como el tiempo para su puesta en marcha y los costos de apertura. Sin embargo, asegura que el beneficio que se le brinda a la sociedad siempre debe estar presente. Para Zamora (2017), este tipo de iniciativas es perfectamente válida por cuanto en la actualidad el 19% de los jóvenes latinoamericanos se encuentra dentro de un empleo informal, mientras que el 20% no estudia ni trabaja.

En este punto, otros autores fundamentan la premisa de este trabajo. Por ejemplo Kantis *et al.* (2016) crearon el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico en el que evalúan diez dimensiones que reflejan los diferentes aspectos sociales, culturales, económicos y políticos que afectan tanto la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos dinámicos como el apareamiento de nuevos emprendedores. En este índice lo cultural y lo social tienen profunda trascendencia e importancia.

El individuo emprendedor que quiera crear una empresa no es un proceso automático, ni depende de factores empresariales, políticas de promoción económica, modificaciones de orden laboral, más bien tienen que ver con particularidades intrínsecas de las personas, como autoestima, perseverancia, actitud e intenciones para crear su empresa (Rivera, 2016, p. 75).

Desde el criterio de Huidrobo (2017), es necesario conocer todos los factores del entorno que intervienen en el emprendimiento: aspectos personales, económicos, sociales y la intervención de actores como son el gobierno, la universidad y la familia. Es ineludible articular al emprendedor con su entorno y su comportamiento ante el medio para tomar mejores decisiones respecto a su emprendimiento. En ese sentido, para este teórico es un factor importante la inclusión tanto de los

valores como de la familia. En esta misma línea, Lasio *et al.* (2015) manifiesta que los valores sociales pueden ser elementos importantes en este tipo de actividades.

En este contexto, para Martínez (2015) el emprendimiento ha resurgido como centro de la política económica, constituyéndose como uno de los objetivos prioritarios de los gobiernos de las principales economías emergentes y avanzadas del mundo. Esta autora indaga en la figura del emprendedor destacando que es cada vez más importante en nuestra sociedad debido a la gran variedad de factores, magnitudes y hechos de diversa naturaleza que pueden influir en su actividad favoreciéndola o perjudicándola, así como a las consecuencias positivas del emprendimiento sobre la riqueza, el empleo, el desarrollo y el crecimiento económico. El aporte de una perspectiva humanista lo identifica en estos cuatro factores que son, precisamente, los consultados a los estudiantes universitarios consultados en la pregunta tres de esta investigación, a saber:

- El enfoque humanista fomenta una sociedad más justa.
- Un abordaje humanista de los negocios fomenta el desarrollo de mejores personas.
- Los valores en el ámbito empresarial generan negocios más honestos.
- Los empresarios con perspectiva humanista piensan más en los intereses de grupos desprotegidos.

Para Rivera (2016), la actitud empresarial comienza en una inspiración que al establecerla en intención tendrá un proceso marcado por contextos como las preferencias personales, creencias, normas políticas, sociales, de razonamiento o simple presentimiento que dará como resultado una acción. Según Walicka (2015), el emprendimiento tiene su origen en los propósitos que tenga la persona para construir una mejor sociedad; no importa, en este aspecto, el simple hecho de lucrarse, sino de formar una realidad más justa, incluso para las clases menos favorecidas.

Desde la perspectiva de Ruiz-Arroyo *et al.* (2015), una de las cuestiones que posibilita el impulso emprendedor es la pasión que tiene la persona en crear un nuevo proyecto, facilitándole la selección apropiada de su equipo de trabajo, cuidando su producto o servicio a ofertar y manteniendo la relación con empleados, proveedores, clientes.

Para Rosique Blasco (2017), un emprendimiento no puede estar ajeno a los factores socioculturales, por ello considera que la innovación debe considerar toda la dimensión y complejidad que convierten al individuo en un ser humano preocupado por los problemas que aquejan a la sociedad en que se desenvuelve. Finalmente, Pantoja y Arciniegas (2015) aseguran que la perspectiva humanista es capaz de lograr profundas transformaciones sociales.

Conclusiones

En este trabajo académico se han podido evidenciar algunos de los factores sociales que dinamizan el emprendimiento y además se ha podido brindar una aproximación humanista a modelos empresariales innovadores. No es se trata en ningún momento de un estudio exhaustivo ni abarcador, pero sí de un abordaje que da determinadas luces sobre la temática tratada.

Si bien el emprendedor tiene en la mente el deseo de que su trabajo le brinde excelente rentabilidad económica, también es cierto que su labor no está ajena a los factores culturales y sociales que pretenden mejorar la sociedad. En este sentido, el estudio presentado pretende ser un aporte el área del conocimiento abordada.

Referencias bibliográficas:

- Huidrobo, M. (2017). *Categorización y análisis de los factores que detonan, impulsan o inhiben la creación de empresas*. (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México, México. Recuperado de <http://148.204.210.201/tesis/1545161883385TESISMARIANAH.pdf>
- Kantis, H., Federico, J., e Ibarra, S. (2016). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico: Novedades y tendencias para fortalecer e integrar los ecosistemas de la región*. Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., e Izquierdo, E. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Martínez, I. (2015). *Factores macroeconómicos y sociales que impulsan el emprendimiento. Análisis empírico por grandes áreas geográficas*. (Tesis doctoral). Universidad de Castilla, La Mancha, España. Recuperado de <https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/8967>
- Pantoja, M., y Arciniegas, O. (2015). Factores de Incidencia en los Emprendimientos Sociales de la Parroquia San José de Quichinche de Otavalo-Ecuador. *Revista Uniandes Episteme*, 2(1), 2-13. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756382>
- Rivera, P. (2016). *Emprendimiento y la creación de empresas. Etapas y factores clave de éxito*. (Tesis doctoral). Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España. Recuperado de <https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/14062/TESIS%20DOCTORAL%20LORENA%20RIVERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romero, J., Hernández, L., Gutiérrez, J., y Portillo, R. (2017). Factores contextuales que influyen en el emprendimiento de empresas familiares en Venezuela. *Revista Opción*, 33(83), 17-26. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/310/31053772018/html/index.html>
- Rosique Blasco, M. (2017). *Un análisis de los factores socioculturales en el emprendimiento desde el sistema educativo a los negocios formados por inmigrantes*. (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena, España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=157465>
- Ruiz-Arroyo, M., Sanz-Espinosa, I., y del Mar Fuentes-Fuentes, M. (2015). Alerta emprendedora y conocimiento previo para la identificación de 326 Bibliografía oportunidades emprendedoras: el papel moderador de las redes sociales. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 21(1), 47-54.
- Van Stel, A., Carree, M., y Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business. Economics Journal*, 24(3), 311-321.
- Walicka, M. (2015). Technology Entrepreneurship, State of the Art and Future Challenges. *Eurasian journal of social sciences*, 3(4), 10-21.
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 15-22. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

Contribución de los autores:

| Autores | Contribución |
|-----------------------|---|
| Priscila Feijó Cuenca | Concepción y diseño, redacción del artículo y revisión del documento. |
| Tito Feijó Cuenca | Análisis, interpretación y revisión del documento. |
| Jhinson Moreira Vélez | Análisis, interpretación y revisión del documento. |