

Negocios familiares e incidencias en la generación de nuevos emprendimientos en la ciudad de Milagro

Yadira Arteaga Estrella*, Ligia Meibol Fajardo Vaca
y Félix Enrique Villegas Yagual

Fecha de recepción:
11 de diciembre, 2014

Fecha de aprobación:
22 de junio, 2015

Resumen

La microempresa familiar es una unidad económica de trabajo y gestión, que se forma por decisión familiar. En ella dos o más integrantes de la familia aportan diferentes recursos: fuerzas de trabajo, capacidades personales, conocimientos e informaciones sobre cómo hacer las cosas, medios materiales, local, equipamiento. En la ciudad de Milagro provincia del Guayas, Ecuador; se establecen micro negocios familiares donde se analizan varios factores que inciden en la generación de nuevos emprendimientos. El incremento de impuestos incide en el desarrollo productivo y sus actividades productivas sólo permiten cubrir deudas, la falta de asesoramiento de expertos no les permite la generación de nuevos emprendimientos. En la presente investigación se llevaron a cabo entrevistas y encuestas en las que se observó una serie de actividades productivas, siendo un segmento poco explorado que genera mayor crecimiento económico y generación de mejores ingresos a la familia.

Palabra claves: Negocios familiares, impuestos, asesoría técnica, desarrollo, emprendimientos.

Abstract

The family enterprise is an economic unit of work and management based on family decision. Two or more family members bring different resources such as workforce, personal skills, knowledge and information on how to do things, material resources, facilities, equipment. In Milagro, a city in the Guayas province in Ecuador, there are family microenterprises where the several factors that affect the forming of new enterprises are analyzed. The increasing taxes affect the productive development. What they produce is only enough to pay debts. The lack of expert advice does not allow them to generate new enterprises. Several interviews and surveys have been conducted in the present research which show a series of productive activities in a relatively unexplored segment that generates greater economic growth and improves family income.

Key words: Family business, taxes, technical advice, development, ventures

Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales, Universidad Estatal de Milagro – UNEMI

*Autor para correspondencia: mariela.estrella016@gmail.com

Introducción

Los negocios familiares aportan al desarrollo económico del País. En el año 2011 el SRI reportó que aproximadamente que 30000 empresas Pymes tenían actividad económica y están concentradas en un 85% en Pichincha y Guayas. La ciudad de Milagro se caracteriza por su progreso en la agricultura, industria y comercio. Ocupando una importante zona agrícola, especialmente apta para la producción de piñas y caña de azúcar, además produce arroz, banano, café, cacao, plátano, y toda clase de frutas tropicales. Destacándose la producción y refinería de azúcar siendo las más grandes del país, apoyadas en las extensas plantaciones de caña que rodean la ciudad, se destaca el Ingenio Azucarero Valdez, donde se elabora la mayor cantidad de azúcar del país.

En la presente investigación se analizó los negocios familiares e incidencias de sus actividades productivas. Con el objetivo de indagar los factores que inciden en la generación de nuevos emprendimientos; incremento de impuestos, negocios que sobreviven y la falta de asesoramientos, sin maximizar la rentabilidad e incrementar el capital.

Marco referencial

El microempresario es una persona que crea su propia fuente de trabajo y de ingresos, operando de forma independientemente. La microempresa familiar más que una unidad de inversión tiene como objetivo maximizar la rentabilidad e incrementar el capital, formando unidades de trabajo que permitan garantizar un ingreso estable que compense el trabajo y el esfuerzo de quienes participan en ella.

En los negocios familiares no todo es perfecto, tener un negocio fundado por las ideas de quien emprende la actividad

productiva y por los valores de la familia, en ocasiones se pueden presentarse dificultades de comunicación cuando los problemas internos dentro del núcleo familiar no se solucionan y pueden incidir en el desarrollo productivo del negocio.

La falta de interés de algún miembro del negocio también puede afectar al desempeño y dar como resultado, la búsqueda de nuevas oportunidades de empleo o la generación de sus propias ideas de emprender, lejos del núcleo familiar. La división del trabajo al interior del emprendimiento familiar, puede establecerse por cuestiones afectivas y no tanto por las capacidades verdaderas que esta persona pueda presentar.

En un negocio familiar los integrantes del negocio, no siempre se empoderan de la actividad que están generando y cuentan con habilidades, capacidades administrativas y técnicas al establecer objetivos comunes, sin priorizar las necesidades del medio y del mercado.

Es común que en las empresas familiares no existan estructuras formales y sistemas confiables a nivel interno. Creciendo en su mayoría de forma reactiva sin conocer las parvedades del entorno, el precio, la competencia estableciendo costos por debajo del real les puede llevar a fijar el precio del producto por debajo del costo real, sin el conocimiento de los costos directos e indirectos y los gastos financieros que incurren en el precio de venta al público de su producto.

Dentro de la estructura familiar conocer el presupuesto es vital en el desarrollo productivo, con el fin de lograr los objetivos propuestos sus proyecciones y metas, y manteniendo sus cuentas controladas.

El emprendedor es la persona que se encarga de llevar a cabo una idea. De

acuerdo a Vainrub (2003) “muchos estudios se han concentrado en describir a los emprendedores como individuos que poseen grandes necesidades de autorrealización, que no se dejan influir por el locus externo de control y que tienen apetito por el riesgo.”

Las iniciativas emprendedoras ameritan de planificación y estudios previos de mercado, que permitan al emprendedor fortalecer sus nuevos negocios sin correr riesgos, asegurando su inversión hacia la diversificación de nuevos productos, estableciendo nuevos mercados objetivos.

Hay quienes crean empresas, pero hay quienes las transforman o mejoran. Por ello, se ha definido la actividad emprendedora como la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar o no a la creación de una nueva entidad de negocio (Armendáriz Lasso, 2013).

El cambio es parte integral del espíritu emprendedor con políticas definidas conscientes de que somos parte de la sociedad y agentes de transformación a partir del emprendimiento, generando nuevas fuentes de trabajo hacia una sociedad digna, donde exista igualdad de oportunidades en busca de mejor calidad de vida que permitan cambios en la sociedad.

Torre, de la (2003) expresa: vivimos en un mundo plural, en el que la diversidad debe ser considerada como una riqueza creativa y no un obstáculo. La cultura en la cual estamos inmersos, nos conforma, condiciona en nuestro modo de pensar, sentir y actuar influye en nuestra expresión creativa. Por ello el cambio permanente de nuestra sociedad y el flujo de culturas,

reclama una educación flexible y adaptativa, en donde se pueda activar la creatividad de los micronegocios. Todo esto requiere de profesores creativos, de un entorno estimulante que fomente la creatividad, y el enseñar con las acciones.

La creatividad es una habilidad humana. Para ser creativo se tiene que ser capaz de ver las cosas de nuevas maneras o desde una perspectiva diferente. Entre otras cosas, tiene que generar nuevas posibilidades o alternativas.

Superación personal. No existe una fórmula única que defina el camino hacia el éxito personal. Todas las personas tienen metas y prioridades diferentes, lo que significa que las diversas actividades y actitudes realizadas lo harán sentir bien consigo mismo (Aguirre et al., 2014).

La formación para el emprendimiento, busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones basadas en la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo (Muñoz y Vera, 2011).

La cultura del emprendimiento. Es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades. Es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el emprendimiento, sólo los que están dispuestos a tomar decisiones están dispuestos aprender y desaprender en búsquedas de nuevas oportunidades. Oportunidades de negocios ahí donde otras personas no alcanzan a observar la generación de nuevos emprendimientos que generen nuevos ingresos para su crecimiento económico (Cardozo, 2010).

Un líder de éxito es capaz de comprender a la gente para que modifique sus ideas y actitudes. Esto conduce a la dimensión social de la creatividad y que se caracteriza por el altruismo, la generosidad, la solidaridad, la responsabilidad social. Algo de nuestra interioridad debe materializarse en el exterior, para que este potencial fluya (Porto, 2015).

Sólo los que están dispuestos a tomar decisiones están orientados a aprender y desaprender, a buscar y crear nuevas oportunidades de negocios, ahí donde otras personas no alcanzan a observar la generación de nuevos emprendimientos, los cuales generen ingresos para su crecimiento económico (Didou et al., 2009). Con espíritu emprendedor no sólo se nace también se hace, quizá lo fundamental es plantear la necesidad desde niño, por ejemplo un proyecto de vida, mediante el cual se deban trabajar aspectos que tengan que ver con la creación de oportunidades de diferente índole, en su transcurso de vida y el acompañamiento del negocio familiar (Arteaga Estrella, 2013).

La situación actual del empleo se agudiza por la crisis de la deuda externa, la reducción de la inversión social y el limitado crecimiento del sector productivo; así como también, una deficiente preparación de los jóvenes para el mundo globalizado (Tapia, 2007).

También se evidencia la escasa visión a nivel de negocios de los sujetos indicados para aprovechar las oportunidades mediante implementaciones creativas y sencillas, demostrando así la carencia de habilidades técnicas para la toma de decisiones, sin lograr potencializar emprendimientos (Barrera, 2011).

El desempleo es uno de los conflictos más graves que enfrenta el mundo y que afecta no solo a los países en desarrollo sino

también a los industrializados, de ahí la problemática; la falta de capacitación desde el nivel secundario a los estudiantes de los colegios que le permitan concientizar al emprendimiento como fuente generadora de empleo (PNUD, 2014).

El proyecto se enmarcó, dentro del plan Nacional del Buen Vivir de la República del Ecuador con el OBJETIVO 2: Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía (SENPLADES, 2013).

El trabajo constituye la columna vertebral de la sociedad y es un tema fundamental de la vida de las personas y de las familias. La Constitución de 2008 reconoce el trabajo como derecho y deber social (Zanzzì, 2008).

Materiales y Métodos

El proyecto de investigación se ejecutó en el área de administración de micro, pequeña y mediana empresa, bajo la categoría de negocios familiares de la ciudad de Milagro.

La investigación descriptiva la que consistió en encontrar, los testimonios relatos y las diferentes experiencias de los emprendedores dan una construcción histórica de las prácticas para lograr el emprendimiento como fuente generadora de empleo, desde rutas informales o formales. Además se realizó una serie de visitas a los negocios familiares del cantón Milagro, una sociedad joven que necesita interpretar, conocer y fortalecer al emprendimiento como alternativa de empleo.

Población objeto de estudio

La población es finita ya que conocíamos el número de elementos en el objeto de estudio, 400 micronegocios en la ciudad de Milagro. Se tomó el muestreo a los negocios familiares establecidos con distintas actividades productivas (Hernández

Sampieri et al., 2010). La muestra fue de 200 negocios familiares. Los que reunieron los elementos de elección. En la obtención de la información del presente proyecto se realizaron varias técnicas, encuestas, entrevista, estudios de casos. Permitiendo tener una visión clara del problema, por el cual están atravesando los negocios familiares en la ciudad de Milagro (Fecci Pérez et al., 2011).

Fórmula población finita

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1)+1}$$

$$n = \frac{400}{(0,05)^2 (400-1)+1}$$

$$n = \frac{400}{(0,0025) (399)+1}$$

$$n = \frac{400}{(0,9975) +1}$$

$$n = \frac{400}{(1,9975)}$$

n= 200

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = Error admisible

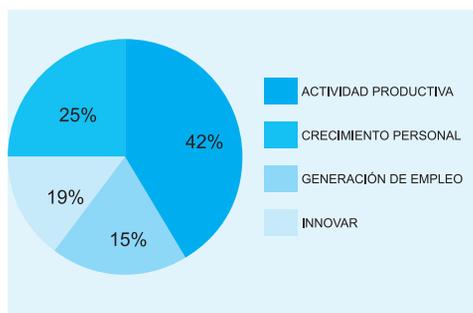


Figura 1. Lo que significa emprendimiento para los negocios.

Resultados

Se partió de una muestra de 200 negocios familiares, cuyo resultado se dio a través del cuestionario, que nos permitió analizar sus actividades productivas hacia la generación de nuevos emprendimientos en la Ciudad de Milagro.

Se identificó qué es el emprendimiento para los miembros de los negocios familiares en la ciudad de Milagro (Figura 1).

Los resultados arrojaron que el 42% de los negocios familiares considera al emprendimiento como una actividad productiva y el 25% estiman que le permiten el crecimiento personal y el 19% considera que están aportando a la generación de empleo y el 15% innova.

Se estableció de donde proviene la idea de su actividad productiva de los miembros de los negocios familiares en la Ciudad de Milagro (Figura 2).

Se pudo analizar que la idea de su actividad productiva se da; 47% visión propia para el desarrollo del negocio, el 26% corresponde del estudio de mercado, y el 14% continua con el negocio de sus padres el 14% del análisis del medio.

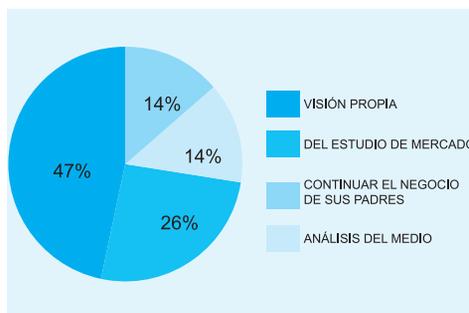


Figura 2. De donde nace la idea de su actividad Productiva.

Se consultó sus proyecciones a futuro en sus actividades productivas (Figura 3).

El resultado a la pregunta, Cuál es su proyección futura en sus actividades productivas se determinó que el 35% desea mejorar la imagen del negocio, 27% aumentar la cartera de clientes, 24% incrementar el margen de utilidad, 15% crear una empresa.

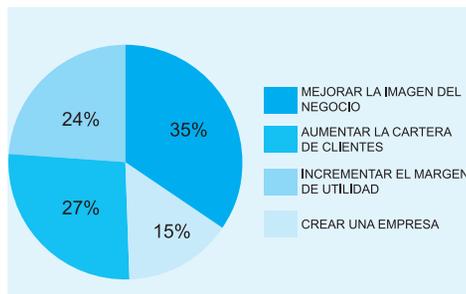


Figura 3. Proyección futura

Se pudo establecer los obstáculos que se le presentan a los emprendedores (Figura 4).

El 49% de los negocios familiares se le presentan obstáculos en el incremento de impuestos; el 24% tiene limitaciones en otorgamiento de crédito, el 15% en introducir su producto y el 13% en asesoría técnica.



Figura 4. Obstáculos que se les presentan.

Para identificar que le permiten su actividad comercial se realizó la siguiente pregunta: ¿Su actividad comercial le permite?

Los datos demuestran que el 32% de los negocios familiares, establecidos en la ciudad de Milagro pagan deudas del negocio; el 29% cubre sus gastos personales, 22% manifiesta que su negocio ha crecido y el 17% sobrevive (Figura 5).

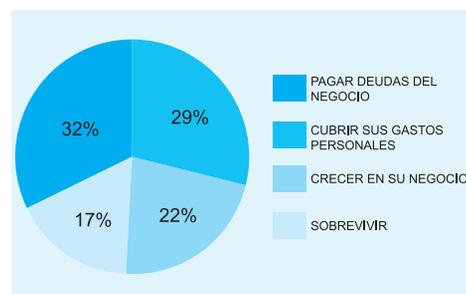


Figura 5. Actividad comercial que le permite.

Se consultó quien le brinda mayor facilidad para obtener crédito en el desarrollo de sus actividades productivas.

El resultado expone; 47% recibe crédito de bancos privados, 23% de bancos públicos, 18% de personas naturales (familiar o amistad), 13% de cooperativas de ahorro (Figura 6).

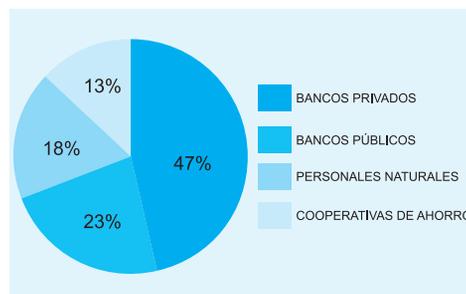


Figura 6. Otorgamiento del crédito.

Conclusiones

El informe expone la relación al emprendimiento para los miembros de los negocios familiares es una actividad productiva el 42%, que les permite el

crecimiento personal el 25% y la generación de empleo con el 19% y el 15% innovar como desarrollo en sus actividades productivas.

Se evidenció que las ideas de sus actividades productivas son fruto de la visión propia, dando como resultado que no se continúe con las actividades familiares, e ir a la búsqueda de reemplazar generar nuevas actividades comerciales como núcleo familiar.

El estudio evidencia obstáculos por el incremento de impuestos con el 49% en sus actividades productivas que no le permiten generar nuevos emprendimientos con miras hacia el mundo empresarial.

Sus proyecciones futuras le permiten en su actividad comercial el 32% pagar deudas del negocio, 29% cubrir gastos personales, 23% tiene un crecimiento producto de negocios establecidos por varias generaciones familiares, y el 17% sobrevive dentro de sus actividades comerciales.

A la hora de obtener un crédito quien le brinda mayor facilidad son los bancos privados con el 47% y los Bancos públicos con el 23% y el 18% personas naturales (familiares- amigos-terceras personas); hay quienes no acceden al crédito, debido a encontrarse en central de riesgo, el 13% realiza un crédito con las cooperativas de ahorro y crédito.

Potencializar a los negocios familiares innovando sus productos, desde la perspectiva familiar donde todos los miembros formen parte de las decisiones de las nuevas actividades productivas.

Los emprendimientos sean innovadores desde la creación, donde la sinergia forme parte desde su generación productiva hacia la generación de habilidades y desarrollo de competencia técnicas.

Desarrollar habilidades y competencias

destinadas a fomentar la creatividad, la innovación, la iniciativa, la motivación hacia nuevos mercados.

Promover y provocar cambios en sus productos que le permitan desarrollar estrategias de mercados hacia todos los miembros de la empresa familiar.

Dentro del sistema financiero nacional se otorguen créditos preferenciales en la búsqueda de nuevos emprendimientos, donde primen los negocios familiares hacia el desarrollo empresarial.

Referencias

- Aguirre, A., Gómez, L., y Espinoza, L. (2002). Aprendizaje creativo: misión central de la docencia. *Revista de Ciencias Humanas*, 29. Recuperado de <http://goo.gl/Ovy3eM>
- Armendáriz, E. (septiembre-diciembre, 2013). Micro finanzas familiares y los niveles de ahorro: Una visión estratégica. *Revista de la Universidad de Guayaquil*, 117, 29-44. Recuperado de <http://goo.gl/EwAISJ>
- Arteaga, Y. (2013). El fortalecimiento del perfil profesional del egresado de la UACAC de la Universidad Estatal de Milagro. En función de la generación de un espíritu emprendedor, como fuente de trabajo autónomo. *Revista Ciencia UNEMI*, 6(9), 69-83. Recuperado de <http://goo.gl/zWhihI>
- Barrera, A. (octubre de 2011). Emprendimiento social y su relación con la Cooperativa Industrial de Alimentos concentrados COOPINALCO Ltda. *Memorias del Congreso de Investigación y Pedagogía Nacional Internacional. Perspectivas, retos y transformaciones en contextos educativos*. 908-914.

Recuperado de <http://goo.gl/NrQ1EW>

Cardozo, A. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo del rol en emprendedores argentinos* [Tesis Doctoral]. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Organización de Empresas. Recuperado de <http://goo.gl/Y98AIZ>

Didou, A., Espinoza, O., González, L., López, A., Quintana, C., Villanueva, E., y Zarur, X. (2009). *Certificación de Títulos de Pregrado y Habilitación Profesional en América Latina y el Caribe*. 419-436.. Recuperado de <https://goo.gl/0hbcfq>

Fecci, E., Pérez, G., Ríos, W., Klett, B., González, G., y Bravo, F. (2011). Metodología de aprendizaje en programa complementario de emprendimiento. Aprender a emprender. *Memorias del XXI Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*. 130-140. Universidad Icesi, Santiago de Cali, Colombia. Recuperado de <https://goo.gl/v09J9H>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ª ed.). México D.F.: Editorial McGraw-Hill.

Muñoz, C., y Vera, D. (2011). Fomentando la cultura del emprendimiento en estudiantes de primer ciclo del colegio IED Fernando Mazuera Villegas, Sede C. Propuesta Pedagógica [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Educación. Bogotá,

Colombia. Recuperado de <http://goo.gl/gaCRiE>

PNUD. (2014). *Informe sobre Desarrollo Humano 2014. Sostener el Progreso Humano: Reducir vulnerabilidades y construir resiliencia*. Recuperado de <http://goo.gl/t45K8V>

Porto, L. (marzo de 2015). El futuro del emprendimiento y la participación juvenil vista a través del discurso de los jóvenes. *Revistas de Estudios de Juventud*, 107, 29-44. Recuperado de <http://goo.gl/0fgBqq>

Senplades (2013). *Plan Nacional de Desarrollo, Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador: Autor.

Tapia, E. (2007). Estudio Ocupacional de los graduados civiles de la carrera de Ingeniería comercial de la Escuela Politécnica del Ejército, período 2004-2005 y Propuesta de solución [Tesis de grado]. *Escuela Politécnica del Ejército, Facultad de Ciencias Administrativas. Quito, Ecuador*. Recuperado de <http://goo.gl/zr05aR>

Torre de la, S. (2003). *Dialogando con la creatividad. De la identificación a la creatividad paradójica*. Barcelona: Octaedro.

Vainrub, R. (2003). *Convertir sueños en realidades. Una guía para emprendedores*. Venezuela: Ediciones IESA.

Zanzzì, F. (2008). *Milagro Socioeconómico en cifras*. Milagro, Ecuador: Universidad Estatal de Milagro.

Para citar este artículo utilice el siguiente formato:

Arteaga, Y. Fajardo, L. y Villegas, Félix. (julio-diciembre de 2015). Negocios familiares e incidencias en la generación de nuevos emprendimientos en la ciudad de Milagro. *YACHANA, Revista Científica*, 4(2), 85-92.