

INTRODUCCIÓN

La zona del recinto Cañaverál de afuera de la parroquia Caracol, es uno de los sectores productivos (sin apoyo suficiente) en integrarse plenamente al régimen de emprendimiento, esto ha desencadenado un desconcierto general entre sus habitantes, debido a que por su falta de preparación académica les resulta muy difícil entender plenamente lo que es un emprendedor.

Entre los múltiples problemas que enfrentan los habitantes del sector y en particular los jóvenes, se identifican:

- Falta de apoyo de parte de los gobiernos seccionales, porque los tienen olvidados; les hacen tanto ofrecimientos y no les cumplen.
- Falta de credibilidad hacia ellos de parte de los mayores por motivo de que no ayudan para nada en casa, ni en los desmontes; se dedican a otras actividades menos al trabajo.
- Falta de responsabilidad: la mayor parte de los jóvenes del sector sufre de este aspecto, por andar con amigos no aconsejados.
- Adoptan nuevas ideología: por andar con amigos no gratos en la zona, aprenden malos hábitos y otras enseñanzas.
- La falta de oportunidades de trabajo.

Todos estos problemas hacen que los jóvenes se sientan desmotivados en ser emprendedores por lo que muchos de ellos toman otros rumbos, ya que han perdido todo ese entusiasmo en ser triunfadores y ser útil para la sociedad.

Las familias campesinas del recinto Cañaverál; han mostrado su interés en venir cultivando plantaciones de ciclo corto, lo cual; ha hecho que este sector, haya crecido y sus fuentes de ingresos se conviertan en el progreso de sustentación para sus familias.

I. OBJETIVOS.

1.1. Objetivo general

Diseñar un plan de emprendimiento de microempresarios agrícola que permita elevar el nivel de calidad de vida de los habitantes del recinto Cañaverál de afuera, de la parroquia Caracol, cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.

1.2. Objetivos específicos

- Determinar los productos que constituyen la producción de los campesinos del recinto Cañaverál de Afuera
- Identificar el número de productores agrícolas que se quieren convertir en microempresarios.
- Determinar los elementos que constituyen un plan de emprendimiento para la microempresas.

II. MARCO REFERENCIAL.

2.1. Antecedentes.

2.1 Antecedentes investigativos

Dentro de la temática, se puede citar como antecedente la siguiente tesis cuyo tema es: Diseño y ejecución de un plan de capacitación sobre Emprendimiento dirigido a la Asociación “Agricultores Unidos”, de la Comunidad Puerto Loor, del Cantón Rocafuerte, 2011. Cuyos autores son: Frank Montesdeoca María Victoria, Guillen Cuadros Jessenia Elizabeth, Rivadeneira Mendoza Jahaira Katherine, Zambrano Dueñas Geovanny Javier; para obtener el título de: Economista, perteneciente a la Universidad Técnica de Manabí. Se escoge dicha modalidad con la finalidad de contribuir a la solución de problemas a través de una labor participativa, utilizando los conocimientos técnicos – científicos durante los años de formación académica, así mismo con la participación activa de la Comunidad.

Otra tesis es: “Adecuación de un ambiente pedagógico e implementación de un plan de capacitación para emprendimiento de negocios familiares dirigidos a un grupo de agricultores “Unocaj” parroquia Junín, del cantón Junín 2009”, realizado por los autores: Alcívar Zambrano Katty Vanessa, Quillupangui Loor Víctor Hugo y .Saltos Pinargote María Sobeida, para obtener el título de Ingeniero Comercia, perteneciente a la Universidad Técnica de Manabí. En cuanto al desconocimiento de temas de emprendimiento de negocios, la Universidad Técnica de Manabí, Facultad de Ciencias Administrativas y

Económicas, a través de las egresadas(os) de la carrera de Administración, planificó la capacitación encaminada en Emprendimiento de Negocios Familiares para colaborar con los miembros de la comunidad "UNOCCAJ", como mecanismo de apoyo a sus miembros, de tal manera que su labor diaria fuera eficiente y eficaz

"Las grandes ideas que revolucionan el mundo son poco frecuentes - y difíciles de lograr -. Pero esa es la diferencia entre el soñador y el hacedor."

Una microempresa agrícola es una unidad productiva generadora de bienes agrícolas destinados al consumo humano o animal, en la que por su tamaño y capital, usa procesos artesanales, sin que esto desmerite su actividad empresarial.

El emprendedor tiene ciertas características individuales y personales que le impulsan a formar una empresa.

Un emprendedor toma una oportunidad y la convierte en un cambio. El Plan de Negocios es como la hoja de vida de un proyecto, convirtiéndose en una herramienta de trabajo, puesto que en su preparación se evalúa la factibilidad de la idea, además de buscar alternativas y proponer cursos de acción.

Steve Jobs

"Visionario, inspirador y brillante", son las características que describen a Steve Jobs. A pesar de su actitud mezquina, arrogante y hasta abusiva con las personas que trabajaban para él, Jobs es considerado como "el empresario por excelencia" de nuestra generación.

Uno de los aspectos que más impactaron de este empresario es su opinión acerca de los focus groups y las investigaciones de mercados, conceptos que considera como "limitantes de la innovación". Una vez se le pregunto sobre cuánta investigación había hecho para decidir el lanzamiento del iPad. Su respuesta fue: "Ninguna. No es el trabajo de los consumidores saber qué es lo que quieren. Es difícil que los consumidores te puedan decir qué quieren cuando nunca han visto nada ni remotamente parecido a lo que les ofreces".

Otra importante habilidad de Steve Jobs es la de "seguir su intuición", una herramienta que uso para detectar tecnologías emergentes y definir el rumbo de Apple. Si deseas conocer más sobre la filosofía de este emprendedor, te invito a revisar el "Celebre discurso de Steve Jobs". Un video imperdible para emprendedores. (Javier Diaz, 2012)

Bill Gates

Es uno de los empresarios más extraordinarios de todos los tiempos, gracias a que su revolucionaria mente lo llevó a cambiar el mundo en 2 oportunidades: Primero, como el friki más influyente del mundo, ayudó a marcar el comienzo de la revolución del ordenador personal. Ahora está abordando los difíciles retos de la salud mundial y la educación pública como el filántropo más generoso del mundo.

Como CEO de Microsoft o como co-presidente de la fundación "Bill & Melinda Gates", siempre se enfocó en contratar personas muy inteligentes y ponerlos a trabajar en pequeños grupos para resolver los grandes problemas.

Una vez se le preguntó cuál fue su mejor decisión de negocios, Gates respondió: "La decisión de entrar en el negocio con Paul Allen es, probablemente, la primera de la lista de la lista, y posteriormente la contratación de un amigo, [el sucesor de Gates como presidente ejecutivo de Microsoft] Steve Ballmer. Es importante tener a alguien de su entera confianza, que este totalmente comprometido, que comparta su visión, pero, que también tenga un conjunto de habilidades ligeramente diferentes y que actúe como una especie de control sobre usted." (Javier Diaz, 2012)

Fred Smith

Desarrolló su habilidad empresarial gracias a la experiencia durante la guerra de Vietnam. Desde 1967 hasta 1969 se desempeñó durante dos períodos de servicio, primero como líder del pelotón de fusileros de la infantería de marina de EE.UU. y más tarde como un controlador de aire.

Fue una experiencia muy formativa. Por un lado, Smith llegó a ver de cerca los esfuerzos logísticos imponentes de los militares para movilizar eficazmente más de medio millón de soldados y millones de toneladas de suministros. La disciplina, la capacitación y experiencia de liderazgo se quedarían con el capitán de la Marina. "Cuando la gente me pregunta qué principios me han guiado desde que empecé a FedEx Corp. años atrás", dice, "mi respuesta a menudo les asusta: Son los principios de liderazgo que aprendí en el Cuerpo de Marines de EE.UU. durante mi servicio en Vietnam."

Para Fred Smith una de las claves del éxito empresarial es confiar en los gerentes de primer nivel (homólogos de la empresa a los suboficiales). (Javier Diaz, 2012)

Jeff Bezos

Amazon.com fue una de las empresas pioneras en el comercio electrónico y su historia es bastante inspiradora. Cuando Jeff Bezos, se le ocurrió la idea de lo que se convertiría en Amazon.com, se fue a dar un paseo en el Parque Central con su jefe para compartir su epifanía.

Bezos, en 1992, fue vicepresidente senior para "The New York hedge fund D.E. Shaw". Él describió su sueño de crear una empresa que vende libros en Internet. Su jefe escuchó atentamente antes de darle un pequeño consejo: "Eso suena como una muy buena idea, pero sería una mejor idea para alguien que no tuviera ya un buen trabajo."

Guiado por su visión y pasión, Bezos decide ignorar el consejo de su jefe y en 1994 pone en marcha su proyecto, pero le tomaría más de 6 meses reportar su primer beneficio trimestral. La paciencia y constancia han sido factores clave para hacer de Amazon una empresa importante y duradera.

Una de las prácticas más interesantes de este emprendedor es que al final de cada trimestre se toma un tiempo a solas, para alejarse un poco de la frenética vida empresarial. "Acabo de encerrarme. No hay las distracciones de la oficina. No suenan los teléfonos. Es sólo porque con un poco de aislamiento me encuentro con que empiezo a ser más creativo. Puedo dedicarme un montón de tiempo a navegar por Internet durante los dos o tres días y sólo mirar lo que los aficionados y los hackers están haciendo. ¿Cuáles son los tipos de cosas que están en la vanguardia?" (Javier Diaz, 2012)

Larry Page & Sergey Brin

La historia se divide en 2: El antes y después de Google. Larry Page & Sergey Brin son los creadores del motor de búsquedas que revolucionó el mundo entero. Google es sinónimo de Internet, y para muchos este buscador es la interfaz para acceder a un mundo de conocimiento e información único.

Larry Page, recuerda la noche en 1996, cuando tenía 23 años y había soñado vívidamente sobre la descarga de toda la Web en los ordenadores. "Cogí un bolígrafo y empecé a escribir", dice el cofundador y CEO de Google. "Pasé la mitad de esa noche garabateando los detalles y convenciéndome a mí mismo de que iba a funcionar."

Estos dos jóvenes han creado toda una filosofía empresarial, orientada hacia la innovación y el aprovechamiento del potencial de cada miembro de la organización.

Actualmente Google ha dejado de ser solo un gran buscador para convertirse en una de las empresas que está definiendo el futuro del Internet y del mundo, gracias al desarrollo de múltiples productos que abarcan desde aplicaciones web y herramientas empresariales hasta software y conectividad móvil.

Las cifras de Google son sorprendentes, y estos dos emprendedores son un claro ejemplo de que para tener éxito hay que soñar con cambiar el mundo. (Javier Diaz, 2012).

Howard Schultz

Starbucks vivió una época negra durante la recesión, pero Howard Schultz regresaría para levantarla. A su regreso, los ingresos y ganancias de Starbucks estaban por el piso, y el precio de las acciones había caído tan severamente que en un momento se temió que la empresa podría quebrar.

Schultz hizo bien su trabajo como empresario. Él trajo la disciplina financiera, eficiencia en la línea de fondo, y un enfoque de vuelta a lo básico para la empresa. El crecimiento y el éxito habían cubierto una gran cantidad de errores y dio lugar a nuevos desarrollos e innovaciones en los productos de la compañía.

Al igual que con Steve Jobs en Apple, la segunda venida de Howard Schultz a Starbucks, la salvó de ser simplemente otra empresa del montón, y dar un giro a una marca icónica. Schultz, de 58 años, demostró que podía hacer lo que la mayoría de los fundadores se dice que no se debe hacer: desafiar a la vieja manera de hacer las cosas. (Javier Diaz, 2012)

Mark Zuckerberg

Mark Zuckerberg esta pronto a cumplir 28 años, y en su relativamente corta vida ha logrado cambiar el mundo.

Facebook, en solo 8 años desde su fundación, cambió nuestra manera de socializar, de vivir y hasta de hacer negocios. Según algunos, esta red social produjo una de las revoluciones más importantes de la historia, al igual que la produjo la revolución industrial en su momento.

"Zuckerberg es un es un genio obsesivo empresarial", así lo define la revista, y aunque muchos consideren su éxito como un golpe de suerte, la verdad es que este joven empresario ha demostrado grandes habilidades para llevar las riendas de Facebook. (Javier Diaz, 2012)

John Mackey

En 1978, John Mackey y su entonces novia Renee Lawson abrieron su primera tienda de comida vegetariana en una antigua casa victoriana en Austin. Ellos tenían modestas ambiciones: ganarse la vida, divertirse y ayudar a algunas personas a comer mejor para llevar una vida más saludable.

Las tiendas "Whole Foods" tienen ahora más de 300 supermercados y más de 56.000 empleados (o "miembros del equipo"). El éxito del minorista de alimentos de lujo ha cambiado la forma en que muchos de los competidores principales de la industria operan. "Si usted me dijo hace 20 años que Wal-Mart sería uno de los vendedores principales de alimentos orgánicos en el mundo, yo habría pensado que era ridículo", dice Mackey, de 58 años de edad.

¿Cómo lo hace? Entre los preceptos fundamentales que se encuentran en el núcleo de Whole Foods tenemos: compromiso de vender los productos naturales y orgánicos de la más alta calidad disponible, satisfacer y deleitar a los clientes, y promover el cuidado del medio ambiente. Muchas empresas tienen declaraciones de misión, con elevados principios que son poco más que tapices. (Javier Diaz, 2012)

Herb Kelleher

Herb Kelleher es el fundador de Southwest Airlines, la aerolínea más grande de Estados Unidos que celebró su 39º año consecutivo de rentabilidad en el año 2011.

¿Cómo logró Kelleher hacerlo? Él mantuvo los costos extraordinariamente bajos y se enfocó en brindar un excelente servicio al cliente. Al igual que Sam Walton, entendió que el personal de primera línea o bien puede hacer o deshacer un negocio. Y Kelleher inició un programa a través de planes de reparto de utilidades y opciones de acciones que hicieron a los empleados sentirse y actuar como propietarios.

"Hace años", dijo una vez a un entrevistador, "las escuelas de negocios plantean un enigma. Decían: `Bueno, ¿quién viene primero? ¿Sus empleados, sus accionistas, o sus clientes? Pero no es un acertijo. Sus clientes son lo primero. Y si usted trata a sus empleados correctamente, ¿adivinen qué? Que atienden bien y sus clientes se sienten satisfechos y vuelven, y esto hace felices a sus accionistas. Comience con los empleados y el resto vendrá solo".
(Javier Diaz, 2012)

Narayana Murthy

Demostró que la India podría competir con el mundo al asumir el trabajo de desarrollo de software que había sido durante mucho tiempo de la provincia de Occidente. Como uno de los seis co-fundadores de Infosys y el director general durante 21 años, Murthy ayudó a desencadenar la revolución de la externalización que ha representado miles de millones de dólares en riqueza para la economía india y transformó su país en la trastienda del mundo.

Su lección importante: Una organización puede partir de cero pero debe formarse un equipo de personas para crear un sistema de valor duradero. "Se trata de sacrificio, trabajo duro, con mucha frustración, estar lejos de su familia, con la esperanza de que algún día obtendrás un rendimiento adecuado de eso." (Javier Diaz, 2012)

Sam Walton

El fundador de Wal Mart, la tienda minorista más grande de Estados Unidos y una de las empresas más grandes del mundo.

La piedra angular del éxito de su empresa, en última instancia, es poner en venta productos al menor precio posible, algo que él era capaz de hacer al echar a un lado los intermediarios y dirigirse directamente al regateo con los fabricantes para bajar los costos. La idea de "comprar bajo, pila en alto, y vender barato" se convirtió en un modelo de negocio sostenible en gran medida debido a Walton.

Él compartió los datos en tiempo real con los proveedores para crear alianzas que permitieron a Wal-Mart de ejercer una importante presión sobre los fabricantes para mejorar su productividad y ser cada vez más eficientes. A medida que la influencia de Wal-Mart creció, también lo hizo su poder para casi dictar el precio, volumen, entrega, embalaje, y la calidad de muchos de los productos de sus proveedores. El resultado: Walton volteó la relación proveedor-minorista a su favor. (Javier Diaz, 2012)

Muhammad Yunus

En la década de 1970, Muhammad Yunus estaba enseñando la teoría económica a los estudiantes en un aula universitaria en Bangladesh. Pero fuera del campus de la Universidad de Chittagong, todo lo que veía estaba aplastando el hambre y la pobreza. Su deseo de hacer algo para ayudar a los ciudadanos locales, llevó a un gesto simple pero poderoso: Yunus prestó 27 dólares a tejedores de cestas indigentes en un pueblo junto al campus de su universidad.

No podía creer que la emoción causada por la pequeña cantidad de dinero. Para las personas que viven con unos centavos al día, sólo unos pocos dólares pueden transformar sus vidas - y en muchos casos lo hizo. El regalo fue utilizado para apoyar y ampliar este tipo de empresas muy pequeñas, y ayudó a muchos salir de la pobreza. Para sorpresa de Yunus, la canasta de tejedores de hecho pagó los préstamos. Luego se mudó de un pueblo a otro en la búsqueda de todo tipo de proyectos de emprendimiento para financiar.

No fue sino hasta 1983 que Yunus fundó el Banco Grameen, la institución que ayudó a desarrollar y difundir el concepto del microcrédito. En el momento que Yunus ganó el Nobel de la Paz en 2006, el Banco Grameen tenía préstamos pendientes de pago a casi 7 millones de pobres en 73.000 aldeas de Bangladesh. Más importante aún, Yunus, de 71 años, ayudó a crear un movimiento global hacia el microcrédito. El modelo Grameen se trasladó a más de 100 países en todo el mundo y ha ayudado a millones de personas.

Puede que el banco haya erradicado la pobreza, pero levantó muchas vidas. No menos importante, la idea de Yunus inspiró un sinnúmero de jóvenes a dedicarse a emprendimientos sociales en todo el mundo. (Javier Diaz, 2012).

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Plan de emprendimiento

El sujeto que inicia un negocio o que crea una pequeña empresa por su propia iniciativa se conoce como emprendedor. En épocas de crisis, los emprendimientos suelen representar una salida (o, al menos, una posibilidad de crecimiento) para las personas que se encuentran en situación de desempleo. (Vargas, 2013).

2.2.2. Productores agrícolas

Las organizaciones de productores consideradas son organizaciones rurales formales cuyos miembros se han organizado con el propósito de aumentar sus ingresos mediante la realización de actividades de producción, comercialización y elaboración de productos a nivel local para alcanzar sus objetivos. (Dickens, 2005).

2.2.3. Evolución de la palabra emprendimiento

La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés *Entrepreneurs*, *que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor.* (Verin, 1982), muestra cómo a partir de los

siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificios y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero. (Aktouf, 2010)

Según la evolución del pensamiento económico clásico, la economía actual se originó a comienzos del siglo XVIII en Francia con los fisiócratas, cuyo autor más representativo fue Richard Cantillón (1680-1734), que introduce por primera vez el concepto moderno de Entrepreneurs, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas. Según Cantillón (1755), una de las primeras apariciones del término se describe como el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones. Los fisiócratas, economistas clásicos y políticos, complementaron los planteamientos relativos a la fuente de capital disponible para innovación económica y su relación con los Entrepreneurs. Jaques Turgot (1727-1781), Barón de Laune, en su obra Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza (1766), afirmó que los riesgos que asume el Entrepreneurs son respaldados por su propia porción de capital, y distinguió cinco formas de emplear el capital: la compra de tierras, la inversión en

agricultura, la industria, el comercio, y los préstamos a interés, que proporcionan ganancias distintas.

Adicionalmente, el concepto de emprendedor se caracterizaba por dos tipos de individuos: el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocido por sus características personales; y el rey o jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas, y era reconocido por sus funciones. Casson (1982) *propone dos caminos similares de características personales y funcionales para definir el concepto de emprendedor, con base en la economía, diferenciando al emprendedor del inversionista.* (Aldrich H. E. & Baker)

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas.

2.2.4. Áreas de conocimiento del emprendimiento

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno colombiano y latinoamericano; de aquí se desprende que la concepción colombiana y latinoamericana del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde las concepciones

culturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor. Por ello, hay que estudiar el fenómeno emprendedor colombiano para entender qué características culturales y económicas influyen tanto en la creación de nuevas empresas como en el crecimiento de las que ya existen. (Alfonso Rodríguez Ramírez, 2010)

2.2.5. Perspectivas del emprendimiento

Como se ha observado, existen varias tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es indispensable tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, y analizar las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, pues esto servirá de base para el desarrollo de un modelo de emprendimiento.

Esta mirada interdisciplinaria permite observar lo complejo y variado que es el fenómeno del emprendimiento. Un punto de partida para estudiar el emprendimiento es reconocer su complejidad y variedad en su análisis.

- La perspectiva comportamental o de comportamiento. Se refiere a la exaltación de la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso; no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus resultados no fueron satisfactorios. Gartner (1985) señala que existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desarrollan.

En consecuencia, el análisis del emprendimiento debe cambiar hacia modelos interdisciplinarios o multivariados que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno; por lo tanto, cualquier modelo que trate de interpretar el emprendimiento debe tener características económicas, psicológicas y sociales, y culturales. Al efectuar un análisis de los estudios sobre la personalidad de los emprendedores, Gartner (1988) manifiesta que presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, anotando que este tipo de estudios son vanos y no contribuyen a su definición, siendo fundamental volver al estudio de los mecanismos por los cuales la organización existe, donde el agente empresarial se permite existir. De esta forma la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores, lo cual es un enfoque conductista que considera al emprendimiento como un evento contextual, resultado de varias influencias.

- Perspectiva psicológica o cognitiva. Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera. Esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes (Fonrouge, 2002): 1) La definición de emprendimiento como “eso que es el emprendedor”, no se prescribe al estudio de los lineamientos de personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia; y 2) La definición de emprendimiento de “por eso que hace el emprendedor”, donde se analizan contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones (Cooper et al., 1995).

Busenitz y Barney (1997) señalan que los empresarios pueden exhibir fuertes predisposiciones en la toma de decisiones en el sentido de que son propensos al “exceso de confianza” y a “generalizar demasiado a partir de unas pocas características y observaciones”. Palich y Bagby (1995) descubrieron que “los empresarios categorizan situaciones en forma más positiva que otras personas [...] Por ejemplo, los empresarios perciben más virtudes que fallas, más oportunidades que amenazas y un mayor potencial de mejora que de deterioro”.

- La perspectiva económica relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de “homo economicus” para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. Concibe el emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico.

Esta perspectiva se construye mediante el debilitamiento de la práctica para identificar, apoyar y aconsejar al emprendedor potencial mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios, caracterizándose por su aporte teórico.

La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad. La perspectiva behaviorista o psicológica estudia el fenómeno para explicarlo en dimensiones conductuales y en rasgos personales que identifican un perfil determinado, pero la complejidad del tema de emprendimiento ha impedido establecerlo.

2.2.6. Emprendedor.

Aquí el individuo es el centro de atención, en una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus relaciones repercuten en el desarrollo de la persona, como característica humanista, estableciendo retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo.

Se ha observado que el área de la estrategia o la planeación estratégica se enfoca hacia el estudio de los procesos estratégicos en las empresas, para de esta forma analizar el emprendimiento como proceso que se inicia en el mercado y se dirige hacia el mercado, como proceso empresarial. Se fundamenta en recursos y capacidades, relacionada con la lógica económica, razón por la cual la posición que asume la persona es limitada y reactiva frente a las condiciones del mercado.

El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto.

Emprendimiento:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza, es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia la empresa, la economía y la sociedad.

Emprendedor:

Emprendedor es aquella persona que enfrenta con resolución, acciones difíciles en economía, negocios, finanzas, etc., tiene el sentido más específico de ser aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico. Desde este punto de vista el término se refiere a quien identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que el "ser emprendedor" es una de las cualidades esenciales de un empresario u hombre de negocios, junto a la de innovación y organización. Las investigaciones de percepciones describen al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. La prensa popular, por otra parte, a menudo define el término como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas.



Emprendedores Sociales:

También se llama emprendedora a la persona que emprende por igual la creación de otros tipos de organización o instituciones no necesariamente comerciales, por ejemplo cívicas, sociales, o políticas. Esto debido a que el acto de emprender en sí no sólo es característico del mundo de los negocios o el comercio, sino que es transversal a la sociedad del siglo XXI. Un caso "mixto" es el del emprendedor o emprendimiento social que busca generar beneficios económicos a la par de tener un enfoque desarrollado en potenciar el bienestar humano que trascienda lo económico.

2.2.7. Características Principales:

Características de un Emprendedor:

El emprendedor debe ser:

- **Audaz.-** Para controlar su medio, estar dispuesto a correr riesgos y ser capaz de afrontar las situaciones que se le presente.
- **Tenaz.-** Para levantarse una y mil veces, lograr sus fines, tener una firme convicción y hacer su segundo y tercer esfuerzo si es necesario.
- **Responsable.-** Para no culpar a los demás, usar excusas y aceptar sus errores.

- **Apasionado.**- Para no desanimarse nunca, para ver siempre el lado bueno de las cosas y aprender de las derrotas.

El emprendedor debe tener:

- **Confianza.**- Para creer mucho en sí mismo, sentirse capaz de lograr todas las cosas y para que nada ni nadie lo derrumbe.
- **Iniciativa.**- Para saber que toda la organización le concierne, para que todas sus contribuciones sean valiosas y para no esperar a los demás.
- **Voluntad.**- Para seguir adelante, ser capaz de organizar su vida, ser cumplido y auto-disciplinado.

Tipos de Emprendimiento:

Existen 5 tipos de Emprendimiento:

- **1. Empresarial.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a decidir a crear una empresa con sus conocimientos sin importar las adversidades.
- **2. Social.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a ayudar a los demás, sin esperar nada a cambio ayudando a la sociedad a su formación y su mejoramiento continuo.
- **3. Laboral.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a sentir afecto, amor hacia su oficio o trabajo, a esforzarse al máximo por realizarlo bien, esperando una satisfacción personal.
- **4. Privado.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a desarrollar entidades particulares, privadas enfocadas a la generación y acumulación de riqueza.
- **5. Académico.**- Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a mejorar su formación con el objeto de profundizar en un campo de acción específico y generar conocimientos mediante la aplicación de procesos de investigación y

desarrollo. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como investigador.

Fuerzas internas y externas del emprendedor

Fuerzas internas: Son Factores asociados al desarrollo de la personalidad del empresario potencial. La familia, su entorno y la formación educativa son factores esenciales en lo que se pueda influir para el afianzamiento del perfil del emprendedor.

Fuerzas externas: Se refieren a los aspectos del entorno o del medio ambiente que influyen en la acción empresarial. En la medida que estas variables sean coherentes (mentalidad empresarial), encontrando un ambiente favorable para la aparición de nuevas empresas.

Relación entre empresario y emprendimiento:

Un empresario es quien lleva a cabo una aventura, para que sea exitosa debe enfrentarse a obstáculos que en ocasiones son pequeños, pero cuando son grandes es cuando el empresario debe sacar a flote todo su espíritu emprendedor para que estos problemas sean fáciles de resolver y nunca se venza a la primera dificultad.

Un emprendedor debe tener siempre una mentalidad emprendedora, para que su vida laboral sea un desafío, pensando en sus intereses y en los de los demás, para que desde su profesión contribuya en la sociedad.

Visión de un emprendedor

El emprendedor dependerá, en gran medida, que el modelo que aplique no se derrumbe; el emprendedor que consigue ser exitoso siempre logrará que el capital o el gran proyecto empresarial alcance sus metas y le permita obtener nuevas expectativas destinadas a mejorar el estado financiero de la empresa.

- **Representaciones / mentalidades y emprendimiento.**

La mentalidad se puede definir como “un sistema de referencia implícito de una sociedad o grupo social, homogéneo desde el punto de vista del espíritu común. Este marco de referencia permite a las personas percibir e interpretar la realidad de cierta manera y por tanto ver las reacciones y conductas de acuerdo con esa percepción del mundo”. (Rodríguez, 2010).

La mentalidad es construida por todos los factores que inciden en la educación, por las experiencias de la vida social y por la participación en diferentes grupos que tienen sus hábitos de comportamiento que se reflejan en forma cotidiana y automática. El estudio de las mentalidades comprende las influencias que a lo largo de la vida se perciben, las maneras como actuamos, la forma de relacionar las ideologías, los imaginarios, las representaciones, creencias, principios y valores, y la forma como evoluciona, transforma y cambia el pensamiento en el tiempo y el espacio, como una forma de trascendencia de las ideas del hombre. Desde este punto de vista, las mentalidades se asimilan a representaciones sociales y colectivas que el hombre reproduce en su relación con su entorno. (Rodríguez, 2010).

Las representaciones/mentalidades son lógicas de pensamiento heterogéneas que adquieren las personas y/o colectividades por influencia de las diferentes culturas predominantes. De acuerdo con lo anterior, las personas difieren no solo en sus aptitudes para desarrollar tareas específicas, en temperamento y gustos, sino también en estructura de pensamiento y acción, o de emprendimiento; en otras palabras, varían en los tipos de esquemas mentales, que inciden en la toma de decisiones de las organizaciones.

- **Paradigma antropológico. La mentalidad/emprendimiento**

Empresarial en el paradigma antropológico se expresa por los motivos trascendentes, que son los resultados de la influencia de personas diferentes a la que ejecuta la acción, perseguidos explícitamente por el valor de dichas consecuencias para aquellas otras personas que reciben la acción. La toma de decisiones como acción trascendente (Aktouf, 2010) constituye la manifestación más auténtica de la mentalidad/emprendimiento empresarial en la que el gerente delega funciones y autoridad para que se cumpla la opción o acción seleccionada. Parte del problema para explicar la mentalidad empresarial está relacionado con el hecho de que la motivación de las personas es la consecuencia de tres tipos diferentes de fuerza; dos de ellas, (extrínseca y trascendente) dependen de las propiedades del entorno (lo que ocurre fuera de la gente), pero depende a la vez de dos características diferentes, a menudo opuestas del entorno: 1) Cuanto más influencia y “poderoso” es el entorno, mayores son las posibilidades de que sea una fuente de motivos extrínsecos. 2) Cuanto más débil es el entorno, mayores son las posibilidades de que sea una fuente de motivos trascendentes. De ahí de que

las decisiones tomadas por los directivos tengan una relación directa con el entorno empresarial. (Aktouf, 2010)

2.2.8. Gestionar el emprendimiento

El gerente como pieza clave al momento de tomar decisiones y de generar soluciones administrativas para el éxito. La Estrategia es una concepción que comprende cinco elementos fundamentales e integradores, los cuales conforman una multivisión generadora de este concepto volviéndolo dinámico y proactivo. Los elementos anotados son los siguientes: Plan, Táctica, Pauta, Posición y Perspectiva.

El estratega generalmente es una persona que desea planificar el futuro de la organización

2.2.9. Teorías del emprendimiento

Emprendimiento según Schumpeter:

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que Promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar.

- **Emprendimiento según la Escuela Austríaca:**

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y actividad en el impacto de estos en el proceso y en la visión futura del capitalismo.

Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

- **Según los austríacos,** el énfasis de Schumpeter en el cual el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea de que el emprendimiento es, de alguna manera, innecesario para entender la manera en que el mercado tiende a la posición de equilibrio.
- **El emprendedor según Howard Stevenson:** En la década de los 80's Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos.

La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en los principales currículos de MBAs. El método tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo.

Personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores.

Cuando se plantea un método alternativo de creación de generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano.

- **Teoría de Allan Gibb:**

Muestra un ejemplo de cómo las entidades de educación deberían enfocar sus esfuerzos para la educación empresarial. De ahí parte el análisis de la educación empresarial. En esta se tienen en cuenta las siguientes características

- Comparte los valores de las MiPyMe
- Está arraigada en las prácticas de la comunidad
- Valora tanto el conocimiento tácito como el explícito
- Fuertemente comprometida con todos los interesados.
- Fuertes vínculos con los empresarios
- Diseñada como una organización empresarial
- Enfocada en diseñar un ambiente empresarial con todo tipo de organizaciones (SCHUMPETER, 1935)

2.2.10. Conceptos importantes

Plan.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (Jose Toledo Macias, 2013)

Emprendimiento.

El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. (Gerencie.com, 2010)

Microempresa.

Las microempresas surgen de un proyecto emprendedor por parte del dueño del mismo, quien a su vez suele ser el administrador de su propia empresa. Son negocios que venden sus productos en pequeñas cantidades y no requieren de gran inversión para su funcionamiento. Estas pequeñas empresas tienen la posibilidad de crecer y generar competitividad con sus similares. (Contreras Soto, 2014)

Agrícola.

El término agrícola es un adjetivo de tipo calificativo que se usa comúnmente para denominar a todas aquellas cosas, actividades o circunstancias que

tengan que ver con la actividad de cultivar y de cosechar materias primas que puedan ser luego utilizadas por el ser humano como alimento o con otros fines (como por ejemplo, abrigo o vestimenta). (Pablo Castro Mora, 2013)

Procesos productivos

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.

Productos

Están destinados a la venta al destacar consumidor o mayorista.

Misión.

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define:

- 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa,
- 2) lo que pretende hacer, y;
- 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. (Thompson, 2011)

Visión.

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (Fleitman Jack - McGraw Hil, 2012)

Desconocer.

La palabra desconocer presenta dos usos bastante frecuentes en el lenguaje corriente, por un lado, implica la ignorancia que se tiene respecto de algo, de alguien, una verdad, un hecho, una situación, entre otras opciones. Porque no solamente se puede desconocer un suceso, como por ejemplo que aumentó el precio de algunos productos, sino que también se puede desconocer a una persona. (Deinicion ABC, 2012)

Desarrollo.

Desarrollo está vinculado a la acción de desarrollar o a las consecuencias de este accionar. Es necesario, por lo tanto, rastrear el significado del verbo desarrollar: se trata de incrementar, agrandar, extender, ampliar o aumentar alguna característica de algo físico (concreto) o intelectual (abstracto). (Livington Muñoz Pilay, 2011)

2.3. Postura Teórica

Desarrollar nuevos enfoques sobre los problemas que se están dando por los microempresarios agrícolas del recinto Cañaverl de afuera de la parroquia Caracol, cantón Babahoyo.

Desarrollar y explicar gráficamente la conversión de un emprendimiento a una microempresa aplicando herramientas metodológicas tradicionales y que sean de fácil comprensión para los agricultores del recinto.

Diseñar programas de capacitación sobre el emprendimiento empresarial en los agricultores.

Establecer estrategias para medir el nivel de aprendizaje y entendimiento sobre las fases del plan micro empresarial.

Existe un alto desconocimiento en los microempresarios del Recinto Cañaverál por tal motivo es de vital importancia que se desarrolle un plan de emprendimiento para que alcancen un nivel mas alto las microempresas existentes y las que se crearan a partir de la obtención del conocimiento requerido para que los agricultores del recinto se conviertan en nuevos emprendedores microempresarios.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general.

Diseñando un plan de emprendimiento de microempresarios agrícola se podría elevar el nivel de calidad de vida de los habitantes del recinto Cañaverál de afuera, de la parroquia Caracol, cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.

2.4.2. Hipótesis específico

- Identificando el número de productores agrícolas se podrá motivar a los agricultores a ser microempresarios.
- Determinando los elementos que lo constituyen se logrará instaurar un plan de emprendimiento para la microempresa.

III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1 Descripción de resultados

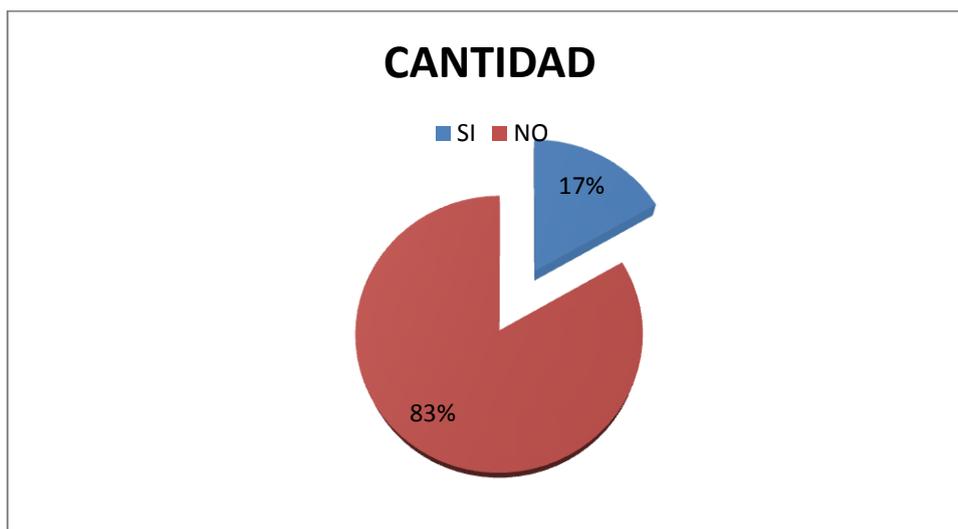
Encuestas realizadas a los agricultores del recinto Cañaverl de afuera.

1.- ¿Existe conocimiento sobre un plan de emprendimiento para microempresas agrícolas?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	20	17%
NO	100	83%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

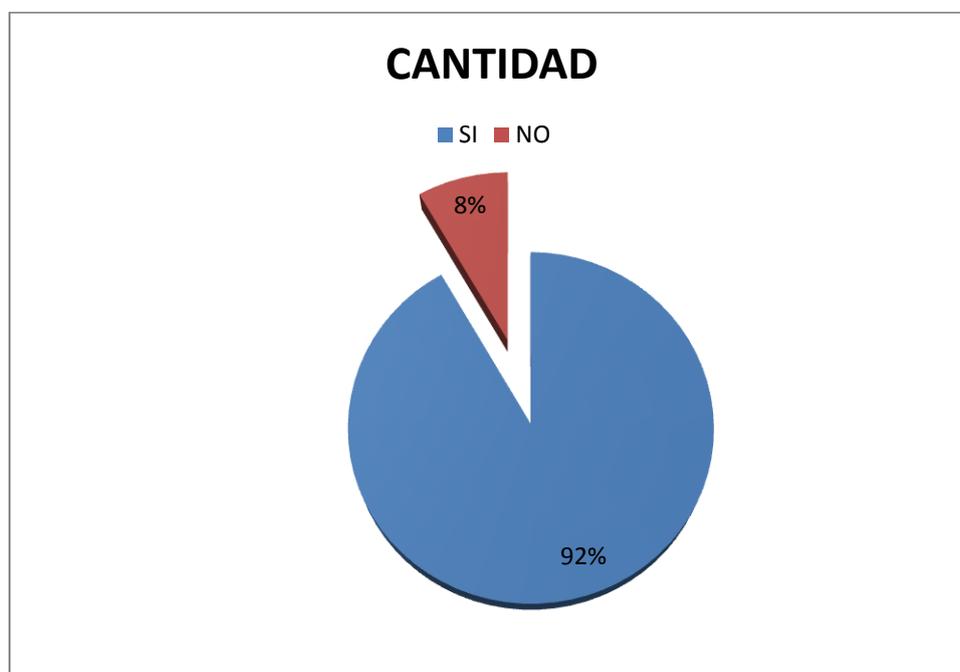
Las encuestas realizadas a los agricultores del recinto Cañaverl de afuera de la Parroquia Caracol manifestaron que solo el 17% conoce sobre el plan de emprendimiento para empresas agrícolas mientras que el 83 % manifiesta que no siendo un número considerable de agricultores que carecen de conocimiento técnico empresarial para lograr mejorar la comercializar sus productos. Lo que se debe tomar en cuenta al momento de realizar la propuesta

2.- ¿Considera usted que implementando un plan de emprendimiento para microempresarios agrícolas mejoraría su calidad de vida?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	110	92%
NO	10	8%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

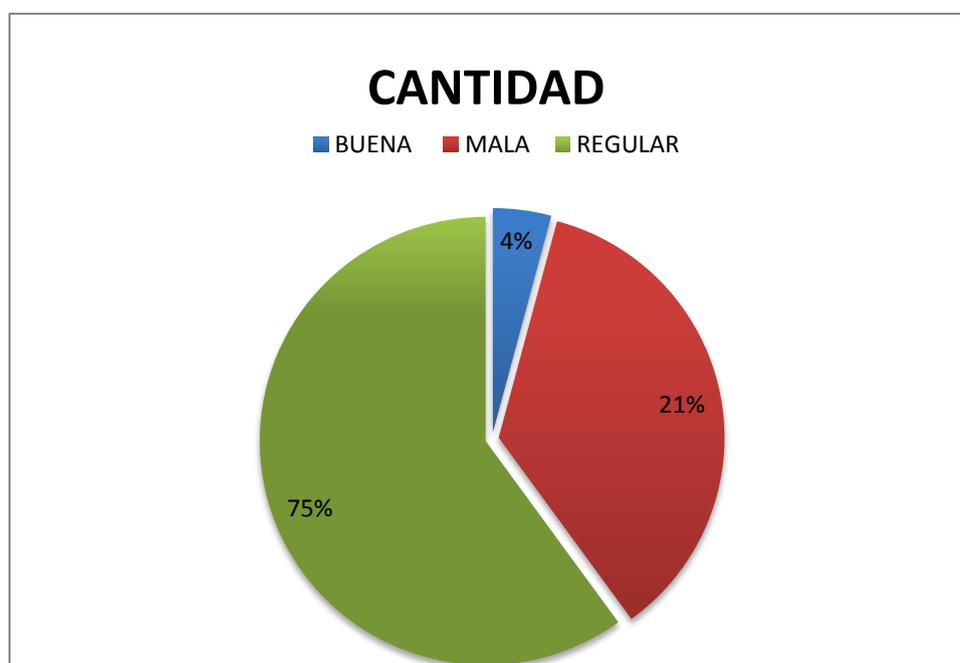
Las encuestas realizadas a los agricultores del Recinto Cañaveral de afuera indicaron que el 92% esta totalmente de acuerdo que implementando un plan de emprendimiento les permitirá que sus microempresas mejoren su productividad mientras que el 8% considera que no porque los agricultores no tiene el compromiso necesario como para ejecutar el proyecto a cabalidad

3.- ¿Cómo califica usted la implementación de un plan de emprendimiento en las microempresas agrícolas del Recinto Cañaverl de afuera?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUENA	90	75%
MALA	5	4%
REGULAR	25	21%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

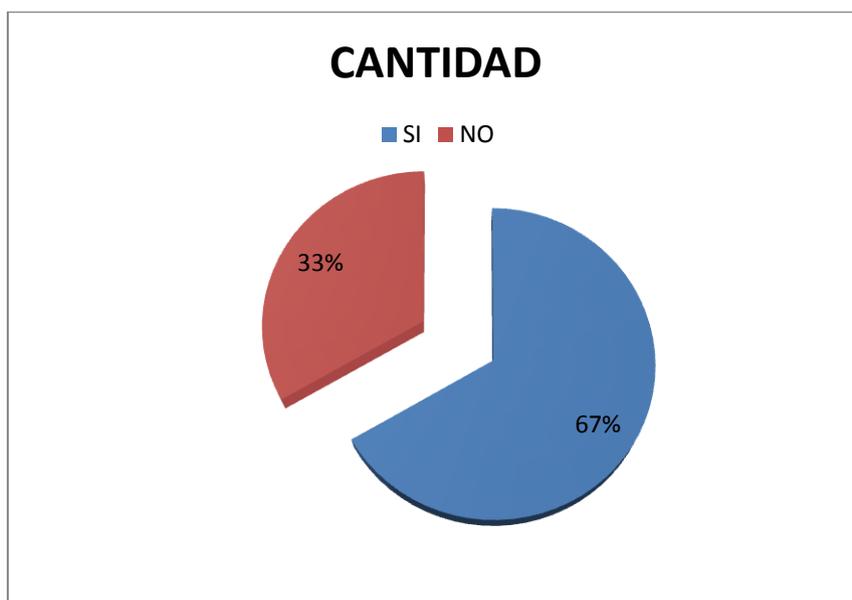
Las encuestas realizadas a los agricultores del Recinto Cañaverl de afuera manifestaron que el 60% lo considera regular que el 36% mala y que tan solo el 4% bueno en virtud de que nunca han tenido direccionamiento empresarial para mejorar la comercialización de sus productos y que en la actualidad ninguna de las pocas microempresas existentes cuentan con un plan de emprendimiento.

4.- ¿Cree usted que los agricultores del Recinto Cañaveral de afuera participaran en este plan de emprendimiento?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	80	67%
NO	40	33%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

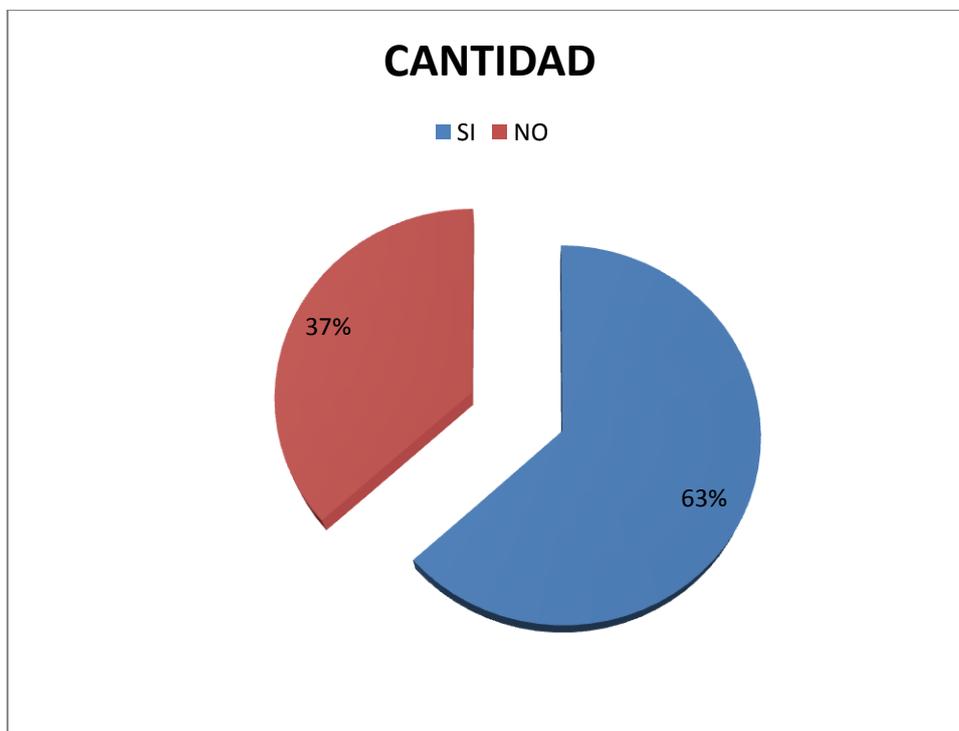
En las encuestas realizadas a los agricultores del recinto Cañaveral de afuera de la Parroquia Caracol indicaron el 67 % que si estaría de acuerdo en participar de este proyecto mientras que el 33% dice que no, manifestando problemas financieros.

5.- ¿Considera usted que sus ingresos económicos incrementarían siendo parte de este plan de emprendimiento?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	76	63%
NO	44	37%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

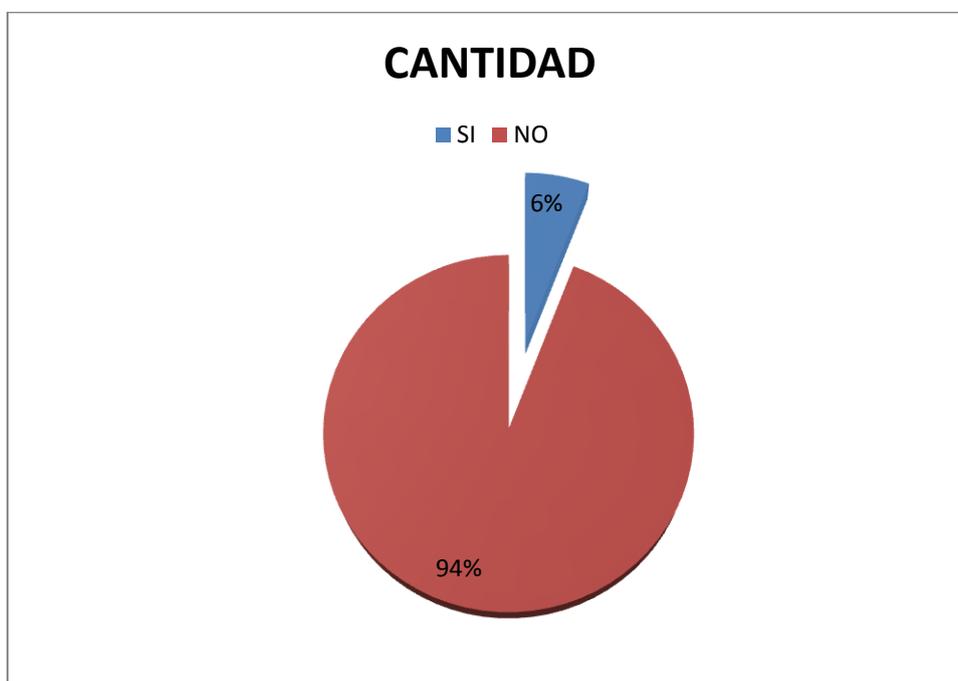
Las encuestas realizadas a los agricultores del Recinto Cañaverl de afuera indicaron que el 63% si considera que sus ingresos aumentarían en virtud de que aumentaría la comercialización de sus productos mientras que el 37 % no porque afirman que con existe el capital financiero para invertir.

6.- ¿Conoce usted lo que es un plan de emprendimiento?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	7	6%
NO	113	94%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis.

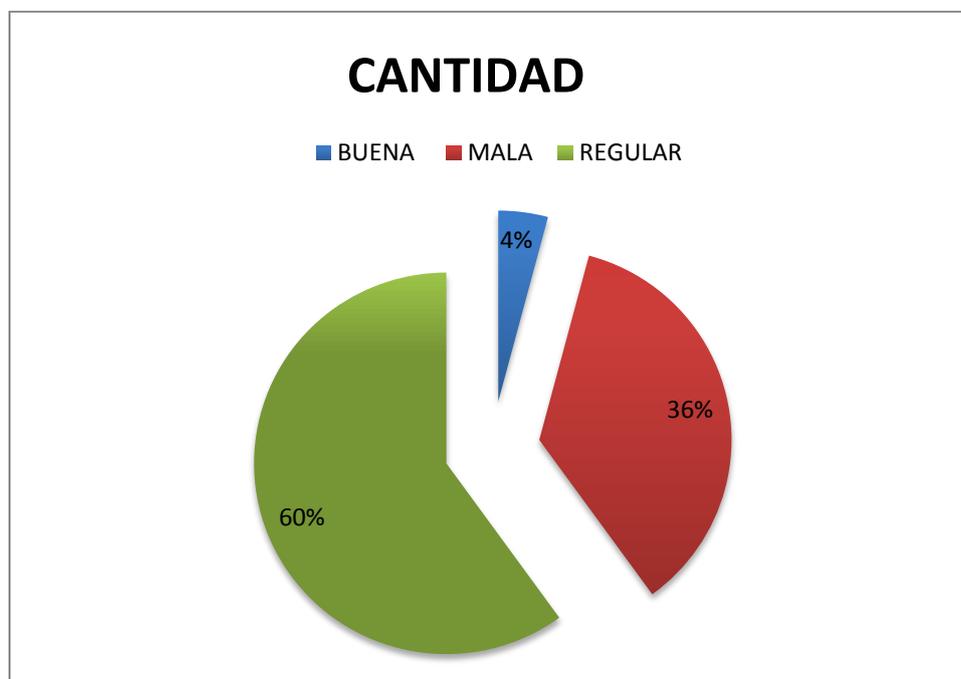
Las encuestas realizadas a los agricultores y microempresarios del Recinto Cañaveral de afuera indicaron que el 94% no conoce lo que es un plan de emprendimiento mientras que el 6% dijo que si pero que nunca esos conocimientos lo han puesto en practicas en sus microempresas.

7.- ¿Cómo calificaría usted las microempresas que existen en el Recinto Cañaverál de afuera de la Parroquia Caracol?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUENA	5	4%
MALA	43	36%
REGULAR	72	60%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

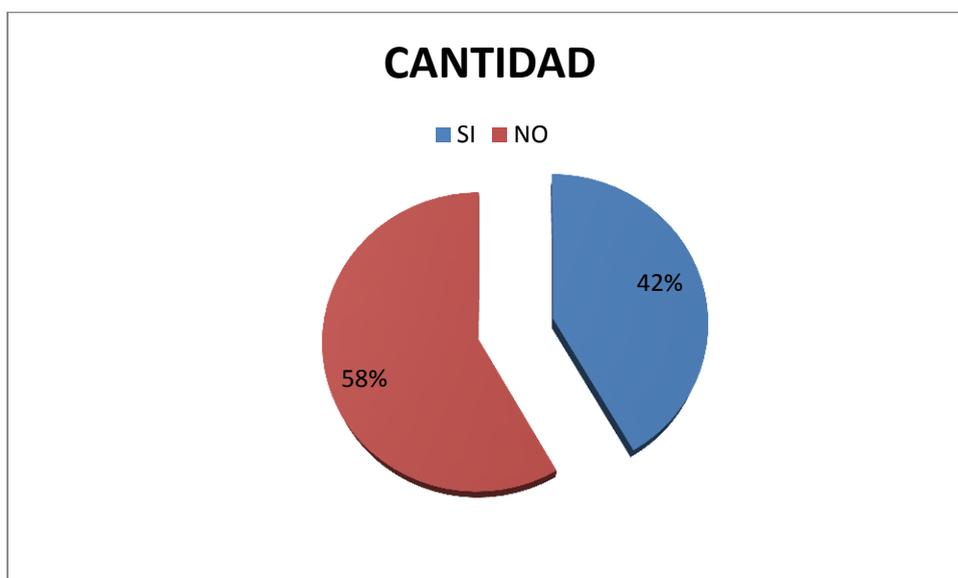
Las encuestas realizadas a los microempresarios y agricultores del recinto manifestaron que el 60% la califica como regular el 36% como mala y tan solo el 4% como buena ya que carecen de conocimiento técnico para mejorar la productividad de sus microempresas.

8.- ¿Conoce usted que es una microempresa?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	50	42%
NO	70	58%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

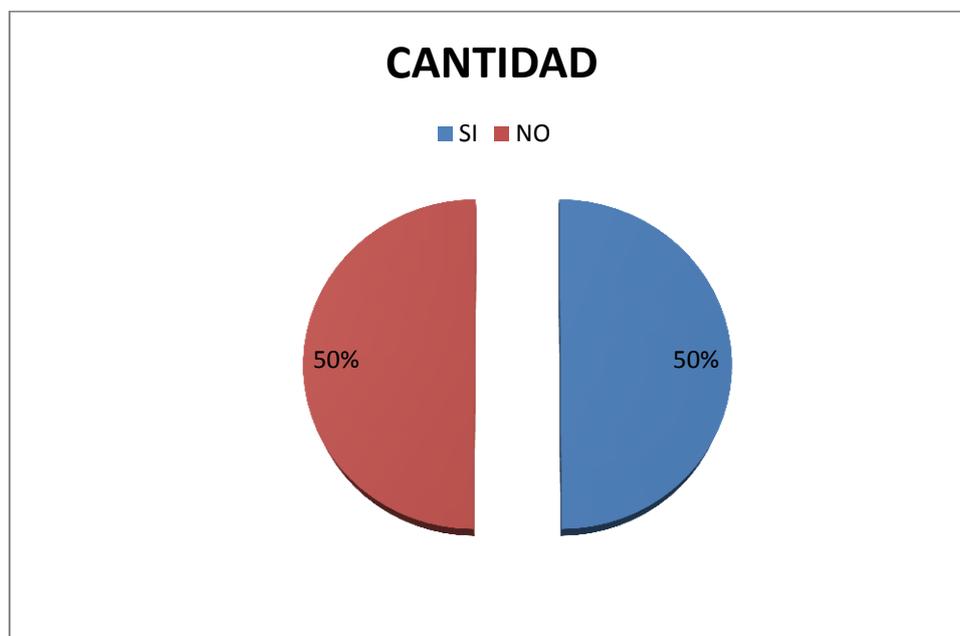
Las encuestas realizadas indican que el 42% si posee conocimientos básicos pero que el 58 % no y que nadie hasta la actualidad los a capacitado sobre el tema.

9.- ¿Cree usted que mas sectores – recintos deben sumarse a este tipo de proyectos?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	60	50%
NO	60	50%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

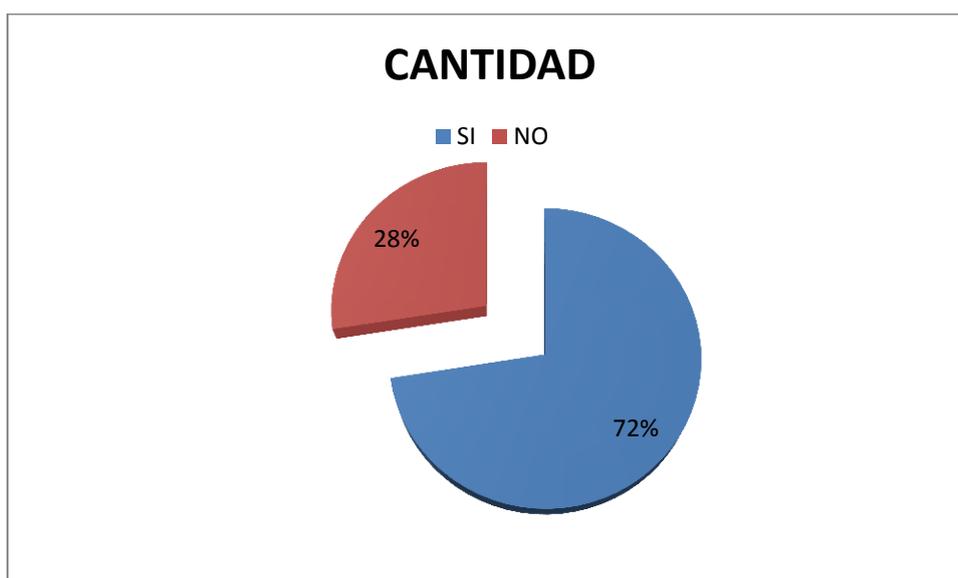
Las encuestas realizadas a los microempresarios y agricultores del recinto manifestaron que el 50% si seria parte del proyecto mientras que el otro 50 % no porque como no conoce bien del tema se muestran desconfiados ante la propuesta.

10.- ¿Cree usted que este proyecto ayudara a bajar la tasa de desempleo que existe en nuestro país?

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	87	72%
NO	33	28%
TOTAL	120	100%

Autor: Katty Garaicoa

Fecha: 12/11/2014



Análisis

Las encuestas realizadas reflejan el optimismo de que existan nuevas plazas de trabajo en el recinto a través del mejoramiento y la creación de microempresas agrícolas mediante la implementación de un plan de emprendimiento mientras que el 28 % dice que no consideran que pueda existir tal posibilidad.

3.2. Interpretación y discusión de resultados.

El análisis del plan de emprendimiento para microempresarios agrícolas del recinto cañaveral de afuera de la parroquia caracol del cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos

El plan de emprendimiento para microempresas agrícolas representa una oportunidad de mejorando en el área de conocimiento así como de ingreso económico.

Las técnicas de alineación y capacitación toman se centran en hacia la satisfacción de la demanda de conocimiento cumplir exitosamente las funciones dentro de la microempresa agrícola de cada uno de los agricultores.

Es de vital importancia que se ejecute en las microempresas agrícolas el plan de emprendimiento el cual les permitirá mejorar la productividad de sus productos ya que el estudio realizado mostró cual es la situación por la que pasan las microempresas agricultoras en virtud de no contar con el conocimiento suficiente y técnico para comercializar sus productos por eso debemos considerar la importancia de planificar estrategias para la selección y posicionamiento del producto y lograr que los productores agrícolas sean emprendedores con una visión más amplia del mercado y esto les permita superar los problemas existentes en sus microempresas.

IV. CONCLUSIONES

- La zona del recinto Cañaverál de la parroquia Caracol, es uno de los sectores productivos no tiene apoyo de ninguna de las autoridades de los gobiernos seccionales.
- falta de preparación académica., los habitantes del Sector de Cañaverál de Afuera no tienen el conocimiento académico suficiente para mejorar la productividad de sus microempresas agrícolas.
- escasas plazas de trabajo en el recinto debido a que las microempresas existentes no producen con eficiencia ni comercializan sus productos.
- Sus productos no son comercializados adecuadamente.
- Utilización de estrategias y políticas equivocadas al administrar sus microempresas.
- La recopilación como su procesamiento nos llevan a un entendimiento y comprensión del plan de emprendimiento y como fortalecer sus métodos de productividad e innovación para lograr rentabilidad en la microempresa agrícola.
- La falta de organización, innovación y conocimiento técnico por parte de los microempresarios agrícolas ha implicado que las microempresas no alcance los altos niveles de comercialización requeridos para alcanzar un nivel de rentabilidad alto.

- Identificar previamente las debilidades y fortalezas para su mejoría a favor de la microempresas.
- Determinar objetivos y metas basadas en la razón de ser y las condiciones externas e internas que conciernen a la microempresa.

V. RECOMENDACIONES

- Los agricultores deben integrarse plenamente al régimen de emprendimiento.
- Al aplicar un plan de emprendimiento estrategia de marketing para mejorar la calidad de servicio se debe socializar y dar seminarios sobre el objetivo, misión y visión de la cooperativa, para que así todos sus personal tanto administrativo como en la parte operativa (choferes, propietarios y oficiales de buses) sepan cómo mejorar la calidad del servicio y se comprometan al cambio a mejoras de la empresa.
- Para mejorar la calidad del producto y aumentar la comercialización se debe implementar un plan de emprendimiento para microempresas agrícolas.
- Motivar mediante charlas de superación personal a los habitantes del Recinto para lograr incrementar su deseo de mejorar su calidad de vida.
- Capacitar a los microempresarios en las áreas de administración, marketing y comercialización de productos agrícolas.

- Para dar un mejor aspecto y brindar las condiciones óptimas para un servicio de calidad, debe seguirse un sistema de mejoramiento continuo y de renovación de unidades.
- Para optimizar la gestión administrativa de las microempresas agrícolas es preciso aplicar un sistema de gestión de calidad que permita superar aquellos factores que impiden comercializar sus productos con mayor eficiencia.

VI. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.

6.1. Título

EMPRESARIAL PARA MICROEMPRESARIOS
AGRÍCOLAS DEL RECINTO CAÑAVERAL DE AFUERA DE LA PARROQUIA
CARACOL DEL CANTÓN BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS

6.2. Objetivos de la propuesta

6.2.1. General.

Desarrollar técnicas de emprendimiento empresarial para microempresarios agrícolas con el fin de obtener mejores ingresos económicos para los habitantes del recinto Cañaverál de afuera, de la parroquia Caracol, Cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.

6.2.2. Específicos.

- Capacitar a todos los microempresarios agrícolas del Recinto Cañaverál de afuera en áreas técnicas administrativas y agrícolas.
- Se enseñara labores manuales, decorados de globos y cortes de cabello.
- Controlar la implementación del plan de emprendimiento en las microempresas.

6.3. Justificación

En vista de las debilidades y necesidades que se presentan en la zona del recinto Cañaverl de afuera de la parroquia Caracol, se ha tomado la iniciativa de elaborar un plan de emprendimiento de microempresas, con el fin de promover el desarrollo de la misma.

Se contribuirá con la comunidad capacitándolos en la formación de microempresas agrícolas para que puedan generar otras fuentes de ingreso y no solo depender de sectores primarios como: la agricultura, ganadería, pesca, siendo el propósito final de propender a mejorar su calidad de vida.

Es por esto que se considera de vital importancia que recinto Cañaverl de afuera de la parroquia Caracol tenga los conocimientos necesarios en cuanto al emprendimiento de negocios agrícolas para así abrir campos en el mercado local, con el objetivo de ampliar la plaza de la fundación que hasta el momento ha sido reducida limitándose solo al cantón en la cual las ventas no han sido las esperadas, ya que no cuentan con una infraestructura o local comercial.

6.4. Factibilidad de la propuesta

Para el desarrollo del plan de emprendimiento dirigido a microempresas agrícolas a través de la elaboración del proyecto se realizó estudios meticulosos, para determinar las oportunidades que se presenta para los habitantes del recinto Cañaverl de Afuera de la Parroquia Caracol en la

Provincia de los Ríos, lo cual les permitirá mejorar los siguientes aspectos productividad, comercialización, economía y calidad de vida.

El plan de negocio está encaminado, a aportar de manera eficiente a la colectividad, incentivando con capacitación a los agricultores y incrementando a al lograr mayor productividad en cada una de sus actividades agrícolas al comercializar sus productos.

Factibilidad económica

Para que una empresa pueda comercializar su producto y continúe en el mercado debe obtener ganancias sin ellas no podrá mantenerse activa. El plan de emprendimiento para microempresas agrícolas que propongo es factible económicamente y puedo seguir adelante lo que significa que la inversión que se realizara por parte de los agricultores del Recinto Cañaveral de Afuera de la Parroquia la Unión está justificado con el incremento económico que se lograra al comercializar el producto de una manera mas organizada y con objetivos fijos en el mercado Nacional e Internacional.

Factibilidad técnica

En esta etapa se debe evaluar y ejecutar el plan de emprendimiento en las microempresas agrícolas de acuerdo a lo establecido con el plan estratégico.

Demuestro que se planifico cuidadosamente e identifique los problemas que implica el no contar con un plan de emprendimiento en el Recinto Cañaveral de Afuera y el costo que ente incidirá en las microempresas agrícolas de no ejecutarlo.

Factibilidad organizacional

Se determina si los agricultores del Recinto Cañaveral de Afuera en la Parroquia la Caracol de la provincia de los Ríos cuentan con el recurso económico para la implementación del plan de emprendimiento agrícola.

Luego del estudio realizado y su previo análisis puedo decir que es factible ejecutar el proyecto planteado porque si cuentan con el recurso económico para solventar los costos que este influye tanto en su capacitación como en su ejecución. Es importante indicar que todos los agricultores se encuentran motivados y comprometidos a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Recinto y a cumplir con los objetivos y metas propuestas.

Factibilidad operativa

Contamos con el personal idóneo para capacitar a los microempresarios y a agricultores nuevos que están en etapa de emprender sus microempresas por esta razón sabemos que es factible así como también contamos con los estudios que realizamos en los cuales podemos constatar que existe el mercado requerido para comercializar productos agrícolas.

6.5. Actividades.

Se organizara capacitaciones con profesionales capacitados netamente en áreas administrativa y agrícola.

Las capacitaciones se realizaran según cronograma previamente establecido,

Se socializaran los estudios de mercados, técnicos y financieros con los agricultores de todo el recinto.

Enfoque y Ámbito

Planificar

- Identificación del problema y planificación.
- Observaciones y análisis de los estudios realizados.
- Establecimiento de objetivos a alcanzar.
- Establecimiento de indicadores.

Hacer

- Correcta realización de los cronogramas planificados
- Elaboración exhaustiva y sistemática de lo previsto.
- Aplicación controlada del plan de emprendimiento.
- Comprobación de la aplicación del plan de emprendimiento.

Comprobar

- Comprobación de los logros obtenidos
- Verificación de los resultados de las actividades realizadas.
- Comparación con los objetivos previamente planteados.

Ajustar

- Observar los datos obtenidos.
- Plantear la aplicación de un plan de emprendimiento en la microempresas agrícolas.
- Plantear las capacitaciones técnicas en el área agrícola.
- Estandarización y consolidación de los resultados.

Para alcanzar este propósito planteado como es el de mejorar el estado financiero de los agricultores del Recinto Cañaveral de Afuera mejorando su calidad de vida a través de un desarrollo de técnicas de emprendimiento a las microempresas agrícolas.

- Establecer el cronograma de capacitación y socializarlo con los agricultores.
- Determinar cuántos agricultores formaran parte de los cursos.
- Identificar quien estará a cargo de la parte logística de las capacitaciones y quienes de las prácticas.

Estrategias

- Reuniones en equipo de trabajo con los agricultores del recinto Cañaveral de Afuera.
- Estrategias de formación y aprendizaje manual y teóricas.
- Capacitaciones constantes con técnicas de preparación en el área agricultura y comercialización.

Organización y Administración

- Infraestructura
- Equipo de oficina
- Publicidad
- Comercialización

Establecer para cada estrategia, el equipo idóneo que tenga la responsabilidad clara de dirigir el plan de emprendimiento y las metas propuestas.

6.6. Evaluación de la propuesta

El plan de emprendimiento permitirá que las microempresas agrícolas mejoren su organización e identifiquen nuevas oportunidades en el mercado de comercializar sus productos, logrando crecimiento económico y mejorando su calidad de vida y por ende la de sus familias.

Cada fase que plantearemos en este plan de emprendimiento para microempresas agrícolas comprende factores importantes como es la utilización de estrategias y la estructura de la organización administrativa que deben poseer la microempresas dedicadas a la comercialización de productos agrícolas.

Se debe determinar establecer las actividades que se deben realizar las mismas que se debe seguir mediante la visión, misión, objetivos para poder

gestionar que los agricultores tengan una visión de emprendedores y sus microempresas crezcan económicamente.

Establecer metas a corto y mediano plazo para lograr el desarrollo de la misma.

Metodología del plan emprendimiento para microempresas agrícolas.

Matriz Foda

Fortalezas

- Comercialización en el mercado nacional.

Oportunidades

- Capacitación integral en el área agrícola y administrativa
- Mejorar la calidad de vida.
- Incremento económico.
- fomenta fuente de empleo en el sector.

Debilidades

- Deficiencia estratégicas
- Desconocimiento técnico en el área de emprendimiento para microempresas agrícolas.
- Falta de organización.

Amenazas

- Plagas en los productos

- No comercialización de nuevos productos agrícolas
- Falta de compromiso de los microempresarios agrícolas en la ejecución del proyecto.

Estructuras de estrategias

Las estrategias a tomar deben ser seleccionadas considerando buenas decisiones este plan de emprendimiento se basa en fortalecer los conocimientos técnicos y administrativos de los agricultores procesos para lo cual debemos tener definidos los objetivos lo mismo que serán evaluados a través de indicadores.

Debemos desarrollar la misión y visión del plan de emprendimiento y determinar sus objetivos para alcanzar las metas propuestas.

Determinación de misión y visión.

Misión

Proporcionar a los microempresarios del Recinto Cañaveral de Afuera un plan de emprendimiento que le permitirá incrementar la comercialización de sus productos mediante conocimiento técnico administrativo logrando mejorar su calidad de vida.

Visión

Ejecutar el plan de emprendimiento logrando que los microempresarios agrícolas obtengan los conocimientos suficientes para comercializar sus productos en el mercado, logrando mejorar su calidad de vida.

Modelo de la Estrategia

La estrategia de los microempresarios agrícolas se ha orientado en elaboración del plan de emprendimiento, orientado a extender la comercialización de sus productos

La Planificación que se efectuará en las capacitaciones que se dictaran a los agricultores se divide en cuatro fases:

- Costo financiero del proyecto
- Socialización de la propuesta con los agricultores
- Actividades logísticas para desarrollar las capacitaciones
- Determinar fechas para el inicio y fin te plan de emprendimiento.
- Planificaciones a largo mediano y corto plazo identificando sus objetivos propuestos.
- Cronograma de capacitaciones.

Despliegue de la política y estrategia mediante un esquema de procesos clave.

Considerando la política y estrategia la identificación de los procesos se la ha llevado a cabo por la explicación de la Misión y Visión.

Identificar los conjuntos de actividades que conllevan un propósito común con relación a alguno de los Grupos de Interés como son los microempresarios y agricultores del Recinto Cañaveral de Afuera. .

Los microempresarios del Recinto Cañaveral de afuera no deben continuar sin un plan de emprendimiento que les permitirá comercializar sus productos y mejorar su estado financiero.

Criterios Implementación

Los microempresarios del recinto Cañaveral de Afuera deben considerar la siguiente estructura

Estrategias

- Identificación de variables
- Objetivos
- Cronogramas de capacitaciones
- Comercialización de productos agrícolas.

Procesos a seguir.

- Elaborar un estudio sobre los productos que cultivan los agricultores del Recinto.
- Implementar el plan de emprendimiento.
- Cronogramas de capacitaciones para los microempresarios y agricultores del Recinto Cañaveral de afuera.
- Distribuir los objetivos planteados.
- Seguimiento y control de la implementación del plan de emprendimiento en las microempresas agrícolas.

Recursos

- Recurso humano idóneo para impartir las capacitaciones.
- Material de oficina.
- Recurso financiero necesario para la implementación del plan de emprendimiento.

Documentos

Determinar y utilizar toda la información para la capacitación y comercialización del producto.

Propuesta de acción para mejorar un plan de mejora continua

Perspectiva cultural

Desde una perspectiva antropológica, Aktouf señala que decidir es transformar una voluntad humana en acto; es el elemento intermediario entre el pensamiento y la acción, es el momento del paso al acto emprendedor propiamente dicho. Dice que en todo momento tenemos infinidad de actos posibles o probables; decidir se convierte entonces en hacer elecciones de manera constante, en seleccionar en cada circunstancia dada un acto emprendedor. El proceso de decisión es la forma como se obra y se actualiza esta opción emprendedora. Aktouf señala que es evidente todo el peso que puede tener la decisión, elemento del proceso administrativo considerado desde siempre como el más importante; es el elemento que influye en el emprendimiento y por ende en la vida de las organizaciones, porque es el momento en que se actualiza la concepción que uno se hace de la empresa y

de sus componentes. Es en la toma de decisiones donde se manifiesta con máxima claridad la naturaleza del emprendimiento, de las relaciones que discurren en la organización, la forma en que se considera al personal y el alcance de su aporte a la empresa. (Aktouf, 2010)

Dependiendo del grado de incertidumbre y riesgo, el emprendedor busca tomar decisiones para aprovechar oportunidades que existen en el entorno, con base en su pensamiento creativo e innovador para elaborar, mejorar y transformar productos y servicios, para sacarlos al mercado, decidiendo sobre sus especificaciones y características.

En este contexto, las decisiones desde lo antropológico son producto de los imaginarios, representaciones o mentalidades sobre la forma de concebir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Aklouf, Omar. La Administración, tradición y renovación. Editorial Pearson. 2010.
- Chiavenato, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. McGraw Hill. 2012. .
- Periódico La República. Universidad Javeriana Orienta las Iniciativas Empresariales. Jueves 17 de Abril de 2008.
- Varela, Rodrigo. La Universidad y su Función en el Desarrollo Empresarial Latinoamericano. Revista Javeriana, Abril de 2008. Edición 743.
- Mecanismos de Financiación a las Iniciativas. www.sena.edu.co/.../Emprendimiento/Financiación/. .
- Mejía, Carlos Alberto. Los Indicadores Críticos de Éxito. Documentos Planning, publicación periódica coleccionable.
- (Aldrich H. E. & Baker)
- (Alfonso Rodríguez Ramírez, 2010)
- (Carlos Bustamante Rizo, 2013)
- (Contreras Soto, 2014)
- (Deinicion ABC, 2012)
- (Fleitman Jack - McGraw Hil, 2012)
- (Gerencie.com, 2010)
- (Javier Diaz, 2012)
- (Jose Toledo Macias, 2013)
- (Livington Muñoz Pilay, 2011)
- (Pablo Castro Mora, 2013)

ANEXOS

VIII. ANEXOS.

Anexo N°.1. Formulario de encuesta

1.- ¿Existe conocimiento sobre un plan de emprendimiento para microempresas agrícolas?

Si

No

2.- ¿Considera usted que implementando un plan de emprendimiento mejoraría su calidad de vida?

Si

No

3.- ¿Cómo califica usted la implementación de un plan de emprendimiento en la microempresa agrícolas del recinto Cañaverl de Afuera?

Si

No

4.- ¿Cree usted que los agricultores del Recinto Cañaveral de Afuera participarán en este plan de emprendimiento?

Si

No

5.- ¿Considera usted que sus ingresos económicos incrementarían siendo parte de este plan de emprendimiento?

Si

No

6.- ¿Conoce usted lo que es una microempresa?

Si

No

7.- ¿Cómo califica usted las microempresas que existen en el recinto cañaveral de afuera?

Buena

Regular

Mala

8.- ¿Conoce usted que es una microempresa?

SI

NO

9.- ¿Cree usted que más sectores o recintos deben sumarse a este tipo de proyectos?

Si

No

10.- ¿Cree usted que este proyecto ayudara a bajar las tasas de desempleo que existe en el país?

Si

No

Anexo N°.2. Rentabilidad del plan de emprendimiento para una microempresa agrícola.

**PRESUPUESTO PARA SOCIALIZACION DE PLAN DE EMPRENDIMIENTO
PARA MIECROEMPRESAS AGRICOLAS**

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RECURSO HUMANO			
6	MASTER EN TECNICAS AGRICOLAS	1200	7200
6	MASTER EN TECNICAS ADMINISTRATIVAS	1200	7200
SUB TOTAL:			14400
COSTO LOGISTICO X DIA DE CAPACITACION			
6	TRANSPORTE	50	300
6	VIATICOS	15	90
200	ALIMENTACION PARA LOS ASISTENTES	3	600
6	MATERIAL DIDACTICO - TECNICO	145	870
SUB TOTAL:			1860
COSTO TOTAL:			16260

Anexo N°.3. PROYECCION DE POSIBLES BENEFICIARIOS.

N.DE AGRICULTORES EN EL CANTON	N. DE MICROEMPRESARIOS AGRICOLAS	CANTIDAD PROMEDIO DE EMPRENEDORES
300 AGRICULTORES	120	180

Anexo N°. 4. FOTOS

Realizando Manualidades con los moradores del Recinto Cañaveral de afuera.





Capacitación a los moradores del Recinto Cañaveral de afuera

