

recimundo

Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento

DOI: 10.26820/recimundo/8.(especial).octubre.2024.296-307

URL: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/2373>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIMUNDO

ISSN: 2588-073X

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de revisión

CÓDIGO UNESCO: 53 Ciencias Económicas

PAGINAS: 296-307





Fortaleciendo el emprendimiento social en el cantón La Maná: Capacitación y transferencia de saberes para la sostenibilidad empresarial

Strengthening social entrepreneurship in the canton of La Maná: Training and
knowledge transfer for entrepreneurial sustainability

Reforçar o empreendedorismo social no cantão de La Maná: Formação e
transferência de conhecimentos para a sustentabilidade empresarial

Enry Gutember Medina López¹; Gloria Evelina Pazmiño Cano²

RECIBIDO: 10/04/2024 **ACEPTADO:** 11/05/2024 **PUBLICADO:** 06/10/2024

1. Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná, Ecuador; enry.medina@utc.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-8795-9198>
2. Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná, Ecuador; gloria.pazmino@utc.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-7967-8214>

CORRESPONDENCIA

Enry Gutember Medina López

enry.medina@utc.edu.ec

La Maná, Ecuador

RESUMEN

Este estudio, con enfoque descriptivo fue efectuado a 140 unidades económicas, cuyo objetivo fue fortalecer el emprendimiento social en el cantón La Maná. Para ello, se identificaron sus necesidades a través de la aplicación de entrevistas, encuestas y observación participante. Los resultados obtenidos revelaron la necesidad de un plan de capacitación integral que abarque temas como elaboración de planes de negocio conteniendo herramientas para desarrollar planes sostenibles, marketing destinado a capacitar en estrategias efectivas para promocionar sus productos o servicios, finanzas para otorgarles habilidades para gestionar eficientemente sus economías, gestión de proyectos para enseñarles a planificar, ejecutar y evaluar sus emprendimientos; y, redes de apoyo para fortalecer la colaboración entre emprendedores. Basado en estas necesidades, fue propuesto un plan capacitador con el potencial de mejorar competencias, aumentar ventas y generar un mayor impacto social y ambiental en el cantón. El estudio destaca la importancia de la capacitación como herramienta para fortalecer el emprendimiento social y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades. Se espera que la implementación del plan de capacitación propuesto impulse el crecimiento de los emprendimientos sociales en el cantón La Maná y genere un impacto positivo en la economía local y el bienestar de la población.

Palabras clave: Emprendimiento social, Capacitación integral, Sostenibilidad empresarial, Desarrollo comunitario, Transferencia de saberes.

ABSTRACT

This study, with a descriptive approach, was carried out with 140 economic units, whose objective was to strengthen social entrepreneurship to La Maná. To this end, their needs were identified through the application of interviews, surveys and participant observation. The results obtained revealed the need for a comprehensive training plan covering topics such as the development of business plans containing tools to develop sustainable plans, marketing aimed at training them in effective strategies to promote their products or services, finance to provide them with skills to efficiently manage their economies, project management to teach them to plan, execute and evaluate their ventures, and support networks to strengthen collaboration among entrepreneurs. Based on these needs, a training plan was proposed with the potential to improve competencies, increase sales, and generate greater social and environmental impact in the canton. The study highlights the importance of training as a tool to strengthen social entrepreneurship and contribute to the sustainable development of communities. It is expected that the implementation of the proposed training plan will boost the growth of social enterprises to La Maná and generate a positive impact on the local economy and the well-being of the population.

Keywords: Social entrepreneurship, Integral training, Business sustainability, Community development, Knowledge transfer.

RESUMO

Este estudo, com uma abordagem descritiva, foi realizado com 140 unidades económicas, cujo objetivo era reforçar o empreendedorismo social em La Maná. Para o efeito, foram identificadas as suas necessidades através da aplicação de entrevistas, inquéritos e observação participante. Os resultados obtidos revelaram a necessidade de um plano de formação abrangente que cubra tópicos como o desenvolvimento de planos de negócios contendo ferramentas para desenvolver planos sustentáveis, marketing destinado a formá-los em estratégias eficazes para promover os seus produtos ou serviços, finanças para lhes dar competências para gerir eficientemente as suas economias, gestão de projectos para os ensinar a planejar, executar e avaliar os seus empreendimentos, e redes de apoio para reforçar a colaboração entre empresários. Com base nestas necessidades, foi proposto um plano de formação com potencial para melhorar as competências, aumentar as vendas e gerar um maior impacto social e ambiental no cantão. O estudo destaca a importância da formação como ferramenta para reforçar o empreendedorismo social e contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades. Espera-se que a implementação do plano de formação proposto impulsione o crescimento das empresas sociais em La Maná e gere um impacto positivo na economia local e no bem-estar da população.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, Formação integral, Sustentabilidade empresarial, Desenvolvimento comunitário, Transferência de conhecimentos.

Introducción

En el contexto global actual, marcado por la creciente desigualdad social, conforme lo expuesto por Borrell (2018) y Zahra et al. (2009), “la degradación ambiental y los desafíos del desarrollo sostenible, el emprendimiento social ha emergido como una alternativa viable para abordar estas problemáticas y generar un impacto positivo en las comunidades”.

En este sentido, el cantón La Maná, ubicado en la provincia de Cotopaxi, Ecuador, “presenta un escenario propicio para el surgimiento y fortalecimiento de iniciativas de emprendimiento social, debido a sus características socioeconómicas y la presencia de diversos desafíos en materia de desarrollo humano y ambiental” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Maná, 2020).

El estudio del emprendimiento social ha generado un amplio corpus de investigaciones que exploran sus características, motivaciones, desafíos y oportunidades. Diversos autores han contribuido a la comprensión de este fenómeno, definiéndolo como “la creación de nuevas empresas que buscan generar un impacto social positivo; además, obtener beneficios económicos” (Borrell y De La Torre, 2016; Dees, 2001; Yunus, 2008).

Esta definición abarca una amplia gama de iniciativas que según Mair y Santos (2002), “van desde empresas o emprendimientos sin fines de lucro hasta unas con fines de lucro que integran objetivos sociales en su misión y modelo de negocio”.

Para comprender la esencia del emprendimiento social, es fundamental analizar sus características distintivas. En primer lugar, el mismo Borrell (2018), establece que “el emprendimiento social se caracteriza por su intención social, la cual se manifiesta en la búsqueda de un impacto positivo en la sociedad o el medio ambiente”. Esta intención social impregna la misión, visión y valores, guiando sus decisiones estratégicas y operaciones diarias.

En segundo lugar, “el emprendimiento social implica la innovación social, la cual se refiere al desarrollo de nuevas soluciones o enfoques para abordar problemáticas sociales o ambientales” (Mair y Santos, 2002). Esta innovación puede manifestarse en la creación de nuevos productos o servicios, la implementación de nuevas tecnologías o el diseño de nuevos modelos de negocio.

En tercer lugar, “el emprendimiento social se caracteriza por su sostenibilidad, la cual se refiere a la capacidad del emprendimiento social para generar valor social y ambiental a largo plazo, al mismo tiempo que asegura su viabilidad económica” (Mair y Santos, 2002). Esta sostenibilidad se logra “mediante la implementación de estrategias adecuadas de gestión, la creación de redes de apoyo y la construcción de relaciones sólidas con los stakeholders” (Borrell, 2018).

“En el ámbito de la capacitación y el desarrollo de competencias para emprendedores sociales, se han identificado diversas estrategias efectivas, tales como talleres, seminarios, cursos, mentorías y programas de acompañamiento” como lo establecen Hodge, (2007), Klein y Teasley (2009) y Santos (2012). Estas estrategias según Morris (2010) y Thompson (2009), “permiten a los emprendedores adquirir conocimientos y habilidades en áreas como la elaboración de planes de negocio, marketing, finanzas, gestión de proyectos y liderazgo social”.

La transferencia de saberes, por su parte, es reconocido por Martínez (2018) y Pérez (2014), como “un elemento crucial para el fortalecimiento del emprendimiento social. Implica la transmisión de conocimientos, experiencias y prácticas entre diferentes actores del ecosistema emprendedor, incluyendo a los propios emprendedores, académicos, instituciones de apoyo y organizaciones de la sociedad civil”.

El estudio del emprendimiento social a más de ello se basa en diversos enfoques teóricos y epistémicos, que a decir de Borrell (2018) y Zahra et al. (2009), incluyen “la eco-

nomía social, la teoría institucional, la teoría del emprendimiento y la teoría del cambio social. Estos enfoques permiten comprender las dinámicas del emprendimiento social en diferentes contextos y analizar los factores que influyen en su éxito o fracaso". "La economía social aporta una perspectiva crítica al análisis del emprendimiento social, cuestionando la lógica dominante del mercado y enfatizando la importancia de la cooperación, la solidaridad y la justicia social" (Borrell, 2018). "La teoría institucional, por su parte, permite comprender cómo las normas, valores e instituciones sociales influyen en el surgimiento y desarrollo del emprendimiento social" (Zahra et al., 2009).

La teoría del emprendimiento social aporta herramientas para analizar sus procesos de creación y gestión, incluyendo la identificación de oportunidades, el desarrollo de modelos de negocio y la gestión de recursos (Zahra et al., 2009). Finalmente, la teoría del cambio social permite comprender cómo las iniciativas de emprendimiento social pueden contribuir a la transformación social y al desarrollo sostenible (Borrell, 2018). El presente estudio se basa en las siguientes categorías conceptuales:

1. Emprendimiento social definido por Drayton y Zahra (2002), Mair y Santos (2006) y Bornstein (2007), como "la creación de empresas o iniciativas que buscan generar un impacto social positivo, además de obtener beneficios económicos". Se caracteriza por un enfoque en la resolución de problemas sociales o ambientales, utilizando modelos de negocio innovadores y sostenibles. El emprendimiento social busca crear valor social y generar un cambio positivo en el mundo.
2. Capacitación según Morales y Saenz (2009), Hernández y Jaramillo (2012) y Vélez y Rodríguez (2015) "es un proceso fundamental para el desarrollo de habilidades y conocimientos en emprendedores sociales". Permite a los

emprendedores adquirir las competencias necesarias para crear, gestionar y hacer crecer sus unidades económicas de manera efectiva. Los programas de capacitación pueden abordar diversos temas, desde la elaboración de planes de negocio hasta la gestión financiera y el marketing.

3. Transferencia de saberes, que para Nonaka y Takeuchi (1995), Tejedor y García, (2006) y García y Rodríguez (2010) se refiere a "la transmisión de conocimientos, experiencias y prácticas entre diferentes actores del ecosistema emprendedor". Puede darse de manera formal, a través de programas de capacitación o mentoría, o de manera informal, a través de redes de contacto y colaboración. La transferencia de saberes es esencial para el desarrollo del emprendimiento social, ya que permite a los emprendedores aprender de las experiencias de otros y replicar modelos exitosos.
4. Sostenibilidad empresarial se refiere a la "capacidad de los emprendimientos sociales para mantener su viabilidad económica y social en el tiempo" (Elkington, 1997; Holliday et al., 2004; Gómez y Huergo, 2010). Implica generar ingresos suficientes para cubrir sus costos y reinvertir en su crecimiento, al mismo tiempo que se logra un impacto social positivo y duradero. La sostenibilidad empresarial es un desafío importante para los emprendedores sociales, pero es esencial para el éxito a largo plazo.

La presente investigación tuvo como propósito medir el grado de fortalecimiento del emprendimiento social basado en la capacitación y transferencia de saberes, tomando como base los cuatro pilares estratégicos fundamentales de desarrollo empresarial, y de esa manera poder determinar si los emprendimientos sociales del cantón aplican estos lineamientos en esos cuatro pilares estratégicos de desarrollo, para lo cual se ha identificado herramientas estructuradas.

Metodología

Esta investigación tuvo como punto de partida el análisis de las generalidades del fortalecimiento del emprendimiento social, fundamentando y abordando en cada uno de los cuatro pilaresen estratégicos en que se basa el desarrollo de cualquier tejido productivo; por lo tanto, este estudio fue desarrollado en el cantón La Maná, tomando como referencia a 140 emprendimientos sociales vigentes y catastrados en el GAD Municipal de La Maná; considerando el umbral temporal al período enero a mayo de 2024. Debido a la cantidad de micro, pequeños y medianos emprendimientos que generaría una dilatación en la temática, esta investigación solo se consideró el grupo objetivo de los emprendimientos mencionados.

Además, la dinámica se basó en el análisis y emparejamiento de las cuatro áreas fundamentales como son: Nuestros productos, nuestros emprendedores, nuestro ambiente y nuestra comunidad.

Entre los aspectos metodológicos, el tipo de investigación utilizado y haciendo referencia a Hernández, Fernández, y Baptis-

ta (2014) fue “descriptivo debido al diseño de la investigación, a la generación de un constructo a través de preguntas preestablecidas” y enfocadas en los cuatro pilares y posterior al análisis de datos que se llevaron a cabo sobre el tema; el diseño de investigación aplicado tomando la propensión de Hoyos y Castro (2019) fue “traseccional debido a que su propósito se centró en describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”; así también, es preciso indicar que la compilación de la información se desarrolló en el período comprendido entre enero a mayo de 2024; y, de campo debido a la compilación de datos in situ.

La población objeto de estudio se la conformó conforme el catastro municipal de La Maná, cuyo registro indica la existencia de 151 emprendimientos inscritos, existentes y activos en el giro del negocio creados en la fecha de análisis, bajo un muestreo no probabilístico de tipo intencional y de probabilidad aleatoria fue posible obtener una muestra estratificada y que fue aplicado a 103 emprendimientos, bajo el referenciamiento del clasificador industrial internacional uniforme de las actividades económicas (CIU).

Tabla 1. Tamaño de la muestra por estratos conforme código CIU

Sector	Empresas	%	Muestra
A Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	52	37%	38
B Explotación de Minas y Canteras	0	0%	0
C Industrias Manufactureras	2	1%	1
D Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0	0%	0
E Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	1	1%	1
F Construcción	5	4%	4
G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	45	32%	33
H Transporte y almacenamiento	13	9%	10
I Actividades de alojamiento y servicios de comida	7	5%	5
J Información y comunicación	1	1%	1
K Actividades financieras y de seguros	1	1%	1
L Actividades inmobiliarias	1	1%	1

M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	1	1%	1
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2	1%	1
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	0	0%	0
P	Enseñanza	0	0%	0
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	2	1%	1
R	Artes, entretenimiento y recreación	0	0%	0
S	Otras actividades de servicio	7	5%	5
T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio	0	0%	0
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	0	0%	0
Total		140	100%	103

Los datos fueron recolectados a través de un constructo estructurado basado en cuatro pilares fundamentales relacionados con: Estrategia; Responsabilidad Social; Ética, Administración; y, Gestión del Talento Humano; y que, previamente fue validado por el método de alfa de Cronbach, siendo el valor de respuesta 0,813, lo que indica nivel de confiabilidad del instrumento. Se utilizó Microsoft Excel para hacer los enlaces y bifurcaciones necesarios para la obtención de los resultados, agrupando los más sig-

nificativos en términos relativos y representando las derivaciones en gráficas de control para ayudar a comprender los hallazgos del estudio.

El procedimiento desarrollado se basó en el uso de un constructo estructurado de diagnóstico estuvo conformado por 520 preguntas, distribuidas y enlazadas a los cuatro factores preestablecidos y aplicados a emprendedores de las empresas encuestadas, bajo la siguiente descripción:

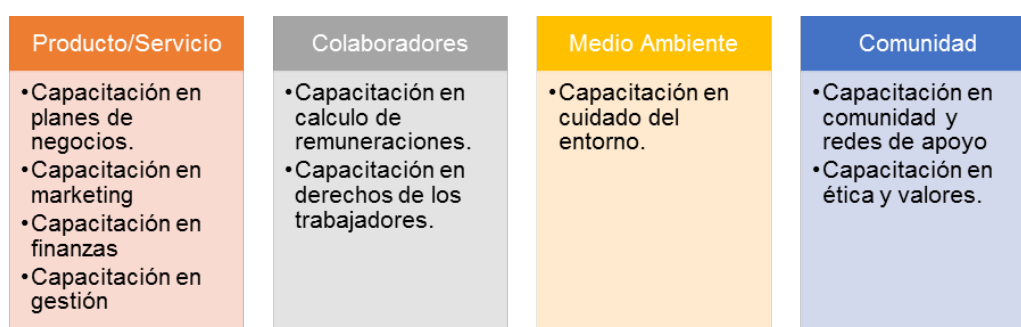


Figura 1. Áreas fundamentales

Resultados

La dinámica de análisis de las relaciones fue la de generar interrelacionadas calculadas en las tablas subsiguientes que bajo

una perspectiva lógico-secuencial dieron indicios del comportamiento de los emprendimientos frente a procesos capacitadores y de transferencia de saberes.

Una vez identificados las dimensiones a valorar, se generó un sistema de parametrización o medición común para los cuatro pilares y que abordaron cuatro filologías relacionadas a SI (actividades que cumple o poseen los emprendimientos), EP (actividades que se encuentran en proceso de incorporación), NO (actividades que no cumple, ni posee), NA (actividades que no aplica), que de acuerdo a las interacciones matemáticas se pudo obtener el puntaje pon-

deracional acorde al nivel de incidencia de cada factor y su valor cuantitativo asignado.

El primer pilar estuvo relacionado a capacitaciones sobre Producto/Servicio, en el cual se analizaron preguntas relacionadas a cuatro ejes fundamentales, que bajo esta racionalidad y una vez ingresados los datos tabulados de las encuestas obtenidas, las 89 preguntas planteadas generaron el siguiente comportamiento:

Tabla 2. Producto/Servicio

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
CLIENTE	15	19	55	0	89	89	89	445	445	187	2,10	5,00
RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO	0	12	33	0	45	45	45	225	225	69	1,53	5,00
Salud y seguridad del cliente	0	1	3	0	4	4	4	20	20	6	1,50	5,00
Comportamiento de competencia desleal	0	0	3	0	3	3	3	15	15	3	1,00	5,00
Productos y servicios	0	4	7	0	11	11	11	55	55	19	1,73	5,00
Comunicaciones de marketing	0	1	5	0	6	6	6	30	30	8	1,33	5,00
Intimidad del cliente	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
Cumplimiento normativo	0	0	3	0	3	3	3	15	15	3	1,00	5,00
Dirección	0	6	10	0	16	16	16	80	80	28	1,75	5,00
ECONÓMICA	15	7	22	0	44	44	44	220	220	118	2,68	5,00
Desempeño económico	14	1	8	0	23	23	23	115	115	81	3,52	5,00
Presencia en el mercado	1	3	4	0	8	8	8	40	40	18	2,25	5,00
Impactos económicos indirectos	0	0	3	0	3	3	3	15	15	3	1,00	5,00
Dirección	0	3	7	0	10	10	10	50	50	16	1,60	5,00

La Tabla 2 genera una data que compila las bifurcaciones efectuadas al primer pilar que es Producto/Servicio, en la cual se hace un análisis de las dos dimensiones como son la responsabilidad del producto/servicio y la economía. Bajo esta dinámica se han efectuado las ponderaciones a cada uno de los cuestionamientos, mismos que fueron agrupados en indicadores los cuales coadyuvan al análisis integral de cada una de las dimensiones propuestas. Bajo estos parámetros, se pudo establecer que la ponderación resultante de las capacitaciones requeridas frente al nivel de cumplimiento en la responsabilidad del producto tiene un valor de cumplimiento del 31%, mientras que la dimensión economía da como resultante del 54% de requerimiento.

Dato importante de recalcar es la importancia relativa que los emprendimientos sometidos a este estudio dan a los clientes, lo que establece un nivel de necesidad de esta dimensión en el 42%.

El segundo pilar se enfocó en capacitaciones sobre el factor Colaboradores, en el cual se consideraron preguntas relacionadas a dos ejes fundamentales que, bajo esta racionalidad y una vez ingresados los datos tabulados de las encuestas obtenidas, las 135 preguntas planteadas estuvieron relacionadas a la parte salarial y, derechos.

Tabla 3. Colaboradores

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
COLABORADOR	27	36	75	5	135	143	138	675	715	318	2,30	5,00
TRABAJO DECENTE	10	10	22	1	43	43	42	215	215	102	2,43	5,00
Empleo	0	1	7	0	8	8	8	40	40	10	1,25	5,00
Relaciones Organización / colaborador	0	1	1	0	2	2	2	10	10	4	2,00	5,00
Salud y seguridad en el trabajo	0	2	3	1	6	6	5	30	30	9	1,80	5,00
Formación y educación	0	1	4	0	5	5	5	25	25	7	1,40	5,00
Diversidad y oportunidad	4	0	0	0	4	4	4	20	20	20	5,00	5,00
Dirección	6	5	7	0	18	18	18	90	90	52	2,89	5,00
DERECHOS HUMANOS	16	14	35	4	69	69	65	345	345	157	2,42	5,00
Prácticas de dirección	2	0	7	0	9	9	9	45	45	17	1,89	5,00
No discriminación	9	2	3	0	14	14	14	70	70	54	3,86	5,00
Libertad de asociación	0	1	0	0	1	1	1	5	5	3	3,00	5,00
Explotación infantil	0	3	3	3	9	9	6	45	45	12	2,00	5,00
Trabajos coercitivos	0	2	5	0	7	7	7	35	35	11	1,57	5,00
Prácticas de seguridad Física	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
Derechos de los indígenas	0	2	5	0	7	7	7	35	35	11	1,57	5,00
Dirección	5	4	10	1	20	20	19	100	100	47	2,47	5,00
ÉTICA Y VALORES	1	12	18	0	23	31	31	115	155	59	1,90	5,00
Corrupción	1	6	5	0	12	12	12	60	60	28	2,33	5,00
Política pública	0	1	4	0	5	5	5	25	25	7	1,40	5,00
Conducta Ética Empresarial	0	5	9	0	6	14	14	30	70	24	1,71	5,00

La Tabla 3 establece la derivación conseguida en el pilar Colaboradores donde se examinó la relacionalidad hacia este grupo, se valoró el nivel de observancia relacionada a capacitación sobre obligaciones laborales legales de los emprendimientos sujetos a estudio; además, se evaluaron, derechos laborales. Una vez ingresados los datos se obtuvo como resultado en la dimensión trabajo un valor de ponderación del 49% de cumplimiento.

Al igual que el primer pilar, es importante recalcar el dato relacionado al colaborador, que evalúa en conjunto los tres factores, considerando en este caso un nivel de cumplimiento del 46% ex post necesita recibir las capacitaciones y transferencia de saberes.

El tercer pilar se encaminó en el factor Medio Ambiente, en el cual se discurren cuestionamientos relacionadas a un eje fundamental:

Análisis Ambientales que se enfoca en el análisis de factores como son capacitaciones en materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones efluentes y residuos, productos y servicios, cumplimiento legal, transporte.

Bajo esta racionalidad y una vez ingresados los datos tabulados de las encuestas obtenidas, las preguntas planteadas estuvieron relacionadas al medio ambiente y sus dimensiones de análisis considerados para el efecto:

Tabla 4. Medio Ambiente

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
MEDIO AMBIENTE	0	21	69	3	93	93	90	465	465	132	1,47	5,00
Materiales	0	4	7	0	11	11	11	55	55	19	1,73	5,00
Energía	0	2	9	2	13	13	11	65	65	15	1,36	5,00
Agua	0	1	5	0	6	6	6	30	30	8	1,33	5,00
Biodiversidad	0	2	6	0	8	8	8	40	40	12	1,50	5,00
Emisiones, efluentes y residuos	0	2	10	0	12	12	12	60	60	16	1,33	5,00
Productos y servicios	0	2	10	0	12	12	12	60	60	16	1,33	5,00
Cumplimiento	0	0	1	0	1	1	1	5	5	1	1,00	5,00
Transporte	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
General	0	0	2	0	2	2	2	10	10	2	1,00	5,00
Dirección	0	8	17	1	26	26	25	130	130	41	1,64	5,00



En la Tabla 4 en la cual se examinó el pilar Medio Ambiente, mismo que evaluó las dinámicas que promueven los emprendimientos sociales luego de las capacitaciones y transferencia de saberes para reducir y eliminar su impacto sobre los recursos naturales y las prácticas internas y externas. Instalaciones de protección ambiental; además, reducir su impacto negativo en las personas. Una vez ingresados los datos y procesando la información pertinente, se tuvo como resultado un nivel de requerimiento

de capacitaciones del 29% frente a la dimensión Medio Ambiente.

Finalmente, el cuarto pilar estuvo relacionado la dimensión Comunidad, en el cual se analizaron preguntas relacionadas a dos ejes fundamentales y, considerando la misma dinámica empleada en los anteriores pilares estratégicos, posterior al ingreso y procesamiento de la data obtenida, las preguntas planteadas se enfocaron a cuatro factores de análisis, mismas que generaron el siguiente comportamiento:

Tabla 5. Comunidad

	SI	EP	NO	NA	PREGUNTAS PLANTEADAS	Preguntas Respondidas	Preguntas Válidas	SUMATORIA PLANTEADA	SUMATORIA POSIBLE	Sumatoria Alcanzada	Puntaje de la Empresa	Puntaje Óptimo
SOCIEDAD	2	4	44	1	40	51	50	200	255	66	1,32	5,00
Comunidad	0	0	5	0	5	5	5	25	25	5	1,00	5,00
Cumplimiento normativo	0	1	2	0	3	3	3	15	15	5	1,67	5,00
Dirección	2	3	20	1	26	26	25	130	130	39	1,56	5,00
Transparencia con la sociedad	0	0	17	0	6	17	17	30	85	17	1,00	5,00

La Tabla 5 recoge los resultados obtenidos del pilar Comunidad, mismo que analiza el componente relacionado al impacto que tienen los emprendimientos y su nivel de aplicabilidad para recibir capacitaciones y transferencia de saberes, hacia el conglomerado social en general y la comunidad con la cual se rodea. De igual forma, una vez ingresados los datos y procesada la información subyacente, se tuvo como resultado un nivel de requerimiento del 29% frente a la dimensión Comunidad.

mentales, se procedió a generar un análisis global considerando lo propuesto por Martínez (2018), mismo que manifiesta que “para contribuir a la obtención de una métrica, es preciso poder cuantificarla y medir el relacionamiento entre las dimensiones analizadas, considerándolo como un parámetro estimado para la comparación de comportamientos respecto a un valor de optimalidad”.

Bajo esta aproximación epistémica, se establecieron y obtuvieron los valores recogidos en las tablas y figuras subsiguientes.

Posterior a la estructuración de las bifurcaciones obtenidas en los cuatro pilares funda-

Tabla 6. Resultados Generales

Pilar	Resultados	Puntaje	Optimalidad
Producto/Servicio	Responsabilidad P/S	1,53	5,00
	Económica	2,68	5,00
	Trabajo	2,43	5,00
Colaborador	Derechos	2,42	5,00
	Ética y valores	1,90	5,00
Ambiente	Entorno	1,47	5,00
Colectividad	Redes sociales	1,32	5,00
Total		1,96	5,00

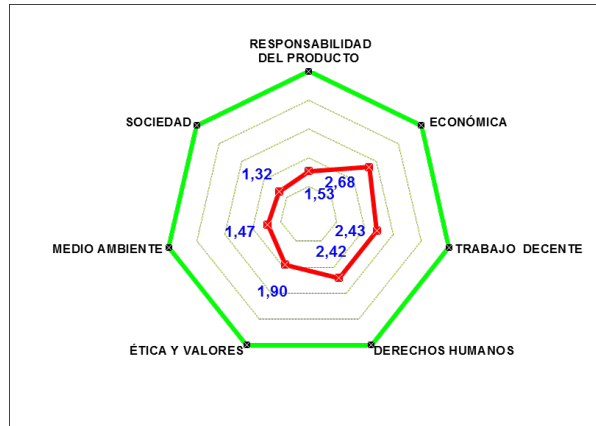


Figura 2. Resultados Generales

Una vez reprocesados los datos obtenidos de la información constante en la Tabla 7, se pudo generar una tabla de compilación

Tabla 7. Resultados Generales Condensados

Pilar	Resultados	Puntaje	Optimalidad	%
Producto/Servicio	Cliente	2,10	5,00	42%
Gente	Colaboradores	2,30	5,00	46%
Ambiente	Medio Ambiente	1,47	5,00	29%
Colectividad	Comunidad	1,32	5,00	26%
Total		1,80	5,00	36%

Conforme los resultados obtenidos, los emprendimientos sujetos a investigación, según la parametrización de Cajiga (2021)

Al no sobrepasar el 70% de cumplimiento de las medidas obtenidas con las capacitaciones y transferencia de saberes, los em-

prendimientos no cumplen con los parámetros mínimos relacionados a convertirse en una forma de gestión y de hacer negocios, en la cual estas necesitan de manera constante capacitación y transferencia de saberes para que sus operaciones sean sostenibles en lo económico, social y ambiental.

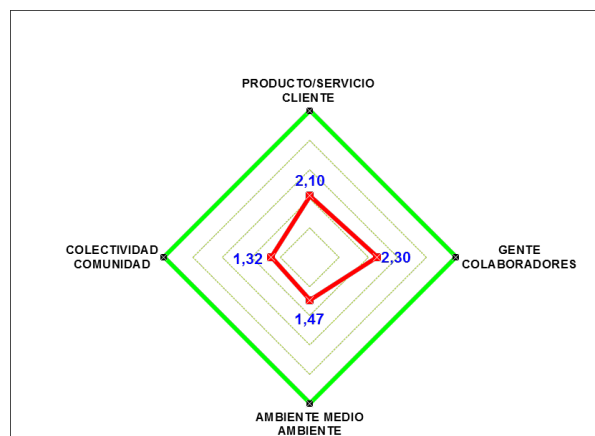


Figura 3. Resultados Generales Condensados

Para este caso, el análisis de cada dimensión lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada área de capacitación actúe de acuerdo a su contexto, realizando proyectos completos y de manera colaborativa con actores y/o sectores que compartan metas similares.

Los mismos indicadores, cuantitativos y cualitativos, analizados de manera individualizada, servirán de base para que los emprendimientos sociales establezcan los mecanismos necesarios para la implementación de capacitaciones y transferencia de saberes en temáticas específicas y necesarias y de esa manera hacer más efectiva y eficiente su estrategia medular.

Finalmente, es preciso indicar que no deben perder el enfoque en el que, como son el común denominador del tejido empresarial del cantón La Maná, constante de emprendimientos micro, pequeños y medianos, no generan procesos para integrar a sus prácticas programas de Capacitación y Transferencia de Saberes; y, tampoco optan por establecer enfoques estratégicos para su adopción.

Conclusiones

Con el estudio desarrollado a 140 unidades económicas del cantón La Maná, y que se tomó como referencia en la investigación a aquellas que se encuentran en la actualidad inscritas, registradas y activas en el período enero a mayo de 2024 en el catastro del GAD Municipal de La Maná, se puede establecer que estas no cumplen con los estándares mínimos de uso y aplicación de procesos de capacitación y transferencia de saberes, ya que únicamente en el desarrollo del ciclo del negocio, su gestión está encaminada a efectuar su actividad apegada a las ventas.

A la presente fecha, no existe concienciación por parte de los emprendimientos sociales sobre los relacionamientos económicos, sociales y medioambientales que genera en el entorno, cumplir y llevar a cabo acciones de capacitación y transferencia

de saberes. No persiguen desarrollar políticas e integrarlas en su estructura, de forma que estos emprendimientos se amolden a esa política y actúen de acuerdo a ella. La mayoría de los emprendimientos ven a los procesos de capacitación y transferencia de saberes como procesos que no les permitirá garantizar sostenibilidad y crecimiento económico.

Los resultados obtenidos revelaron la necesidad de socializar los planes de capacitación integral que abarque temas como elaboración de planes de negocio, marketing, finanzas, gestión de proyectos, talento humano; y, redes de apoyo. Basado en estas necesidades, efectuar un plan de capacitación con el potencial de mejorar sus competencias, aumentar sus ventas y generar un mayor impacto social en el cantón. El estudio destaca la importancia de la capacitación como herramienta para fortalecer el emprendimiento social y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades. Se espera que la implementación del plan de capacitación propuesto impulse el crecimiento de los emprendimientos sociales en el cantón La Maná y genere un impacto positivo en la economía local y el bienestar de la población.

Bibliografía

- Borrell, C. (2018). *Desigualdad: ¿un destino inevitable?* Editorial Planeta.
- Borrell, C., y De La Torre, J. L. (2016). *Emprendimiento social: Una revisión de la literatura*. *Revista de Economía Social*, 16(2), 145-174.
- Bornstein, J. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas?* Penguin Books
- Cajiga, J. (2021). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. México: Cemefi.
- Dees, S. G. (2001). *The meaning of social entrepreneurship*. *The Social Entrepreneurship Journal*, 1(1), 5-19.
- Drayton, B., y Zahra, S. A. (2002). *Social entrepreneurship: Creating and measuring social value*. Oxford University Press.

- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers.
- García, J. M., y Rodríguez, D. (2010). La transferencia de saberes en el emprendimiento social: un estudio de caso en España. *Innovar*, 20(56), 119-136.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Maná. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón La Maná*. La Maná, Ecuador: GAD Municipal del Cantón La Maná.
- Gómez, J. A., y Huergo, M. T. (2010). La sostenibilidad empresarial en el emprendimiento social: un estudio de caso en España. *Innovar*, 20(56), 119-136.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, M., y Jaramillo, C. (2012). La capacitación como herramienta para el fortalecimiento del emprendimiento social en Colombia. *Pensamiento y Acción*, 19(36), 137-158.
- Hodge, N. (2007). The role of training and support in developing social entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(2), 119-132.
- Holliday, C., Johnston, J., метр, S., y Watts, P. (2004). *The corporate reporting review*. Oxford University Press.
- Hoyos, J., y Castro, G. (2019). Algunas consideraciones sobre Metodología de la Investigación. *Revista Anfora*, 38-45.
- Klein, J. T., y Teasley, S. D. (2009). Developing social entrepreneurs: A framework for program design and evaluation. *International Journal of Action Learning*, 6(2), 225-241.
- Mair, J., y Santos, F. (2006). Social entrepreneurship: What does it mean? Does it matter? *Social Entrepreneurship: What Does It Mean? Does It Matter?*, 1, 1-24.
- Martínez-Alonso, J. (2018). La transferencia de saberes como herramienta para el desarrollo del emprendimiento social. *Revista de Economía Social*, 16(30), 101-120
- Morales, E., y Saenz, J. (2009). Capacitación en emprendimiento social: un análisis de la experiencia latinoamericana. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(44), 97-118.
- Morris, M. H. (2010). *How to start, run, and grow your social enterprise: A practical guide for change-makers*. New Society Publishers.
- Nonaka, I., y Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. Oxford University Press.
- Pérez-Garrido, J. A. (2014). La transferencia de saberes en el emprendimiento social: Un estudio de caso en España. *Innovar*, 24(71), 107-124.
- Tejedor, M. J., y García, R. (2006). La transferencia de tecnología y conocimiento en el sector del emprendimiento social. *Revista de Economía Social*, 8(12), 11-32.
- Thompson, J. L. (2009). *Social entrepreneurship: Opportunity for change*. Sage Publications.
- Vélez, A., y Rodríguez, M. (2015). La formación en emprendimiento social: un estudio de caso en Colombia. *Innovar*, 25(75), 155-170.
- Yunus, M. (2008). *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism*. PublicAffairs
- Zahra, S. A., Winn, P. C., Pearce, J. A., y David, G. (2009). *Corporate entrepreneurship: Renewing growth by feeding the entrepreneurial spirit*. Jossey-Bass

CITAR ESTE ARTICULO:

Medina López, E. G. ., & Pazmiño Cano, G. E. . (2024). Fortaleciendo el emprendimiento social en el cantón La Maná: Capacitación y transferencia de saberes para la sostenibilidad empresarial. *RECIMUNDO*, 8(Especial), 296–307. [https://doi.org/10.26820/recimundo/8.\(especial\).octubre.2024.296-307](https://doi.org/10.26820/recimundo/8.(especial).octubre.2024.296-307)

