

Planificación Estratégica En Los Emprendimientos: Una Contribución Al Desarrollo Economico Local

Pulla Eduardo Vinicio*
Torres Fernando Javier*

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal realizar un análisis del papel que juega la planificación estratégica en los emprendimientos y su aporte al desarrollo económico local. Para ello se realizó una revisión bibliográfica en torno a conceptos claves como: planificación estratégica, emprendimiento y desarrollo local. La metodología planteada es de tipo descriptivo y consiste, inicialmente, en la búsqueda de fuentes secundarias de información (medido por el factor de impacto de las revistas, citas y autores), la revisión de artículos indexados y libros referentes a la temática. La intencionalidad del estudio fue destacar aspectos claves de la Planificación Estratégica (PE) mediante el análisis FODA, PESTL que inciden en el área del emprendimiento y por ende en las económicas locales, tomando como base el análisis de la Planificación Estratégica desde la óptica de la contribución en los emprendimientos en el desarrollo económico. Finalmente, las conclusiones a manera de reflexión abordan la incidencia de los procesos sistemáticos para el desarrollo e implementación de planes para alcanzar los objetivos, resultados que merecen ser atendidos por los futuros emprendedores, los mismos que implícitamente contribuirán al desarrollo de las localidades.

Palabra clave: emprendimiento, planificación estratégica, desarrollo económico.

* Universidad Técnica de Machala, epulla@utmachala.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0001-7591-2598>

* Universidad del Zulia, ftoresgranadillo@gmail.com ; <https://orcid.org/0000-0003-3464-7876>

Recibido: 2022-04-08. **Aceptado:** 2022-06-02

Como citar APA: Pulla, E., Torres F. (2022). Planificación Estratégica En Los Emprendimientos: Una Contribución Al Desarrollo Economico Local. *Repique*, 4(1), 65-80

Strategic Planning In Entrepreneurship: A Contribution To Local Economic Development

Abstract

The main objective of this research work is to carry out an analysis of the role played by strategic planning in entrepreneurship and its contribution to local economic development. For this, a bibliographic review was carried out around key concepts such as: strategic planning, entrepreneurship and local development. The proposed methodology is descriptive and consists, initially, in the search for secondary sources of information (measured by the impact factor of journals, citations and authors), the review of indexed articles and books on the subject. The intention of the study was to highlight key aspects of Strategic Planning (PL) through SWOT, PESTL analysis that affect the area of entrepreneurship and therefore local economics, based on the analysis of Strategic Planning from the perspective of contribution in undertakings in economic development. Finally, the conclusions by way of reflection address the incidence of systematic processes for the development and implementation of plans to achieve the objectives, results that deserve to be attended by future entrepreneurs, the same ones that will implicitly contribute to the development of the localities.

Key word: entrepreneurship, strategic planning, economic development.

INTRODUCCIÓN

El abordaje teórico sobre las fuentes de bienestar de las sociedades generalmente están asociados con el término “emprendedor” y a su accionar. En su mayoría establecen una relación entre los pueblos débiles, destruidos y su injerencia por parte del sujeto emprendedor en los cambios económicos, de hecho, el notable crecimiento de la actividad emprendedora a dado como resultado nuevos modelos económicos y de progreso, así como una nueva sociedad.

Es así que el emprendimiento como tal da respuesta a la necesidad de las personas de surgir social y económicamente, ya sea por la ausencia de plazas de trabajo, por la calidad de las remuneraciones o porque no hallan el espacio laboral de acuerdo a su formación que les permita mejorar sus condiciones de vida y asegurar su estabilidad en el tiempo, Palacios (2018). A partir de esto, el emprender constituye en las personas

una manera de generar sus propios ingresos y ganar independencia, así como una herramienta útil de desarrollo, en medio de situaciones económicas difíciles. La opción de emprender bajo estas condiciones, no sólo tiene como objetivo concebir empresas nuevas e innovadoras, si no de generar bienestar en el ámbito social (Oca et al., 2020).

De acuerdo a Torres, (2005) las investigaciones en torno al entrepreneurship pueden ser agrupadas en tres grandes divisiones. La primera denominada Teoría de los Atributos intenta identificar características comunes entre emprendedores. Los investigadores de esta corriente han identificado básicamente la necesidad por el logro, la autoconfianza, la propensión a asumir riesgos y la necesidad de mayor independencia.

Otro enfoque asume al Desarrollo Social, el cual reconoce que los emprendedores tienen acceso a información limitada y están sujetos a influencias externas y restricciones en diferentes escenarios. Se mencionan en este enfoque el efecto del riesgo, las influencias familiares, la educación y el entrenamiento y las oportunidades laborales percibidas. Un tercer enfoque corresponde al denominado Modelo de Oportunidad Estructural, el cual supone una mayor influencia del clima económico y laboral, así como de las actitudes familiares, de pares y vecinos que actúan sobre la estructura de valores.

La construcción del concepto de emprendimiento social se ha venido forjando producto del actuar del hombre como actor principal en la responsabilidad de generar bienestar en la sociedad a la que pertenece, a los preceptos políticos que rigen en su entorno y las capacidades de asociarlas hacia una actividad emprendedora.

La figura N° 1 resume la visión de un hombre emprendedor en el cual su acción de emprendimiento está moldeada por las condiciones históricas y el contexto contemporáneo, asumiendo el desarrollo de las dimensiones necesarias que le correspondan para su futuro.

Es así que el emprendimiento social, constituye una técnica que es desarrollada para beneficiar principalmente a una sociedad con escasos recursos y de limitado acceso al financiamiento, sin esperar un reconocimiento público o un beneficio económico, con el único objetivo de dar soluciones óptimas a problemas sociales que acarrear el retroceso de los involucrados. Los emprendedores sociales actúan bajo la misión de

fomentar equidad, justicia y el bienestar colectivo, generando y aprovechando recursos, brindando acceso a oportunidades, construyendo estrategias y alianzas que permitan la creación de valor, logrando que las personas puedan satisfacer sus necesidades tanto presentes como futuras.

La investigación aborda un estudio sobre la incidencia de la planificación estratégica en los emprendimientos en Manabí, en el desarrollo local, centrándose en las actividades locales y las ventajas y desventajas que tiene el sector para el desarrollo de empresas.

Se determina a través del diagnóstico participativo, externo y competitivo, aplicando herramientas como las matrices de evaluación de factores externos, evaluación de factores internos, de perfil competitivo y la matriz FODA, corroborando las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuentan en la provincia.

Un emprendimiento normalmente surge por consideraciones de necesidad, al querer mejorar la situación económica de la persona o familia aprovechando una oportunidad o solo por dar respuesta a las inquietudes del espíritu emprendedor que algunas personas poseen o desarrollan.

El emprendimiento se basa en la premisa de aprovechar una oportunidad por necesidades insatisfechas en el mercado o no satisfechas correctamente. Ecuador, es un país de emprendedores, teniendo una tasa de emprendimiento del 36%, una de las más altas de América Latina, pero también posee la tasa más alta de cierre de negocios globales 6,26%, siendo las principales causas, la poca rentabilidad del negocio, problemas de gestión y problemas financieros al cohorte del 2017, que llega a más del 50% en el primer año, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC).

Si el aprovechamiento de oportunidades debe seguir una secuencia, (Romero Robles, 2016), considera que la planificación estratégica debe ser tomada en cuenta como una herramienta de gestión en los emprendimientos toda vez que se adecua a las características organizacionales, las cuales ejercen sus funciones en un entorno cambiante y con cada vez menores recursos y mayores compromisos a nivel social. La planificación estratégica permite al administrador, gestionar con mayor autonomía los recursos de que dispone en pro de alcanzar la misión y la visión organizacional, empleando para ello el conjunto de estrategias que resultan del análisis situacional de la organización.

Desde un punto de vista social (Boza, 2016), los principios de la gestión organizacional, basados en la planificación, son válidos para la construcción de un nuevo sistema social, siempre y cuando en vez de quedarse a nivel de una propiedad de grupo o colectivo, se realiza a nivel y por cuenta de toda la sociedad.

Por su parte, Kantis et al. (2004), en un estudio publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), proponen que para llevar a cabo un apoyo integral en el proceso de gestión del emprendimiento que desarrolle una cultura empresarial más innovadora, se deben estimular y motivar nuevos emprendimientos a través de la promoción de modelos de empresarios en el sistema educativo, como referentes, fomentar la innovación y la creatividad, estimular la conformación de redes de empresarios o equipos de emprendedores de alto desempeño, facilitar el periodo de gestación del nuevo emprendimiento, acompañar en el desarrollo del plan de negocio, así como facilitar la obtención y análisis de la información pertinente para la toma de decisiones de los emprendedores.

Claramente, en varios países de Latinoamérica, como Chile, México, Brasil, incluyendo Colombia, se vienen aplicando políticas del emprendimiento que evidencian el crecimiento del tejido productivo y la generación de empleo (Kantis, 2004). En Brasil, el trabajo realizado por el programa SOFTEX y su incubadora de empresas ha logrado permear el ámbito nacional y local a lo largo de los últimos diez años, posicionando a este país entre los primeros lugares de exportación de software. El programa contribuyó a la expansión de las exportaciones de software, que pasaron de un millón de dólares en 1990 a 100 millones en el año 2001. De igual forma, la Corporación para el Fomento de la Producción (Corfo), en Chile, ha impactado en el desarrollo de incubadoras de empresas chilenas de clase mundial, y varias de estas han sido reconocidas por University Business Incubator (UBI) como las más destacadas en Latinoamérica.

Desde otra perspectiva (Márquez Selorio, 2014) considera que, un emprendimiento normalmente surge por consideraciones de necesidad, al querer mejorar la situación económica de la persona o familia aprovechando una oportunidad o solo por dar respuesta a las inquietudes del espíritu emprendedor que algunas personas poseen o desarrollan. El emprendimiento se basa en la premisa de aprovechar una oportunidad por necesidades insatisfechas en el mercado o no satisfechas correctamente.

Para aumentar las probabilidades de éxito, un emprendedor debe madurar una idea y ver si la misma es viable en el tiempo y le puede generar los recursos que espera, tomando en cuenta el costo de oportunidad. La calidad total se evidencia desde la misma concepción de una idea y el desarrollo de nuevos productos, por lo que los pilares en las que se cimienta; Enfoque del Cliente, Trabajo en Equipo y Mejora Continua deben ser parte de la filosofía de personas de calidad.

Tener claro cuál es el objetivo de un negocio, y a donde se quiere llegar es el primer paso, para luego ir desarrollando en base a ese norte los objetivos y estrategias y determinar los presupuestos operativos, no importa si un negocio solo será desarrollado por una o dos personas, se deben definir objetivos tanto a nivel de ventas, rentabilidades mínimas que se pretende alcanzar y determinar la manera en que mediremos esos objetivos, para ello utilizamos a la planificación estratégica como metodología ampliamente probada. Sin dejar de lado que las infraestructuras sociales, organizacionales, tecnológicas; los recursos físicos y ambientales matizan y condicionan la amplitud o estrechez del núcleo de emprendimiento.

A nivel mundial. El porcentaje de empresas denominadas pequeñas y medianas oscila en el 90%, y en España son el 99% , de las que el 51% son unipersonales, sin embargo son las que generan el 75% del empleo global (Collin,B.2012) El estadounidense, David Birch, en la década de 1980, elaboró un estudio en el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) demostrando que dos tercios del incremento del empleo en los Estados Unidos se debían a empresas con menos de 20 trabajadores.

Esta reveladora estadística, se valida también en la mayoría de países desarrollados y en vías de desarrollo y fue interpretada como una señal para que los gobiernos y otras organizaciones incrementen sus esfuerzos para estimular y promover el espíritu empresarial.”(Collin,B.2012) Otro dato interesante es por ejemplo el del Reino Unido donde el número de negocios pequeños, se ha doblado de 1,9 millones en 1980 a casi cuatro millones en 2000. A pesar de estos incrementos las tasas de fracasos son preocupantes. Existiendo un consenso en que las causas para el cierre temprano de los nuevos negocios, se resumía en la falta de experiencia de quienes dirigen esos negocios y la escasez de capital de trabajo, a parte de los efectos de las crisis macroeconómicas. En Latinoamérica es el autoempleo o actividades emprendedoras de poco crecimiento lo que prima, las personas emprenden debido a que las alternativas de trabajo

son limitadas o inexistentes, al no poder conseguir empleo optan por trabajar por cuenta propia, son capaces de velar por sí mismas y por sus familias. (GEM, 2013).

A nivel de Latinoamérica y el Caribe, la tasa de actividad emprendedora de la región para el período 2004 a 2008 se ubicó en el 17% es decir que uno de cada 6 personas ha emprendido en alguna actividad productiva, en el Ecuador en el 2013, esa tasa llegó al 36%, siendo una de las más altas de Latinoamérica (GEM, 2013), después de Colombia y Chile. En el Ecuador, las empresas en promedio tienen 5 empleados y en Latinoamérica en general oscila entre 3 y 15 empleados, inclusive entre diferentes países los niveles demográficos y de desarrollo comparativo hacen que los promedios bajen o suban, así en México por ejemplo el 85% de las empresas tienen entre 1 y 4 empleados, en Perú llega a un 89% mientras que en Estados Unidos las firmas entre 1 y 4 empleados son de 42%. (RED, 2013) A nivel de toda la región, empresas medianas y grandes de más de 100 empleados no llegan a representar el 1% del total de empresas, y en Ecuador esta realidad es igual, por lo que el emprendimiento efectivo, empresas que sobrepasen la barrera de la unipersonalidad, y genere fuentes de trabajo para más de 5 personas (CONQUITO, 2014) es una política de estado como se la establece en el Código de la Producción y la misma Constitución.

En breves líneas, el desarrollo de nuevas empresas que trasciendan el autoempleo a nivel mundial genera un crecimiento económico para los países y mejora el bienestar de las familias, es por ello que los gobiernos y entidades sin fines de lucro, elaboran planes para que este grupo de personas denominadas emprendedores, incuben ideas novedosas o suplan necesidades de un mercado, tengan éxito en sus proyectos mejorando a la sociedad en su conjunto.

De una forma u otra en la planeación estratégica el orden de los factores sí altera el producto. El proceso de planeación del negocio comienza antes y va más allá del alcance que usualmente se le reconoce al "plan de negocios". Por eso se considera útil exponer una serie de reflexiones que los hagan comprobar sus ventajas, su compromiso como equipo y ultimadamente su factibilidad.

La Planeación Estratégica es la disciplina que estudia las fuerzas que influyen sobre las industrias y los mercados, alterando sus márgenes y

rentabilidad, esto con el objeto de encontrar formas de maximizar el negocio, al conseguir y mantener ventajas específicas.

Es así también no confundir la planificación estratégica con el plan de negocio. Mientras que este se debe realizar al comienzo de la puesta en marcha del negocio, de una nueva área de negocio o de un nuevo producto, la planificación estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la empresa, hecho para definir claramente los objetivos a largo plazo, identificar metas, desarrollando estrategias y localizando recursos para alcanzar dichos objetivos.

Planificar es prever y decidir hoy las acciones encaminadas a alcanzar unos objetivos que permitirán llegar a un futuro deseable. Realizando una correcta planificación, será posible establecer la dirección a seguir por la empresa. Se trata de examinar, analizar y discutir sobre las diferentes alternativas posibles para poder tomar decisiones más afortunadas para la empresa corriendo menos riesgos.

Los pasos para que un emprendimiento genere un resultado favorable son: La identificación de oportunidades: Se sabe que hay un negocio cuando se identifica una necesidad que no está siendo cubierta o no está adecuadamente satisfecha. O también cuando se puede identificar una nueva manera de satisfacer una necesidad.

Los modelos de negocio basados en el conocimiento o el talento: Los negocios basados en conocimiento usualmente son negocios bien diferenciados que tienen un alto grado de especialización y poseen una serie de ventajas competitivas y de flexibilidad que hay que diferenciarlos.

La estrategia competitiva: Para que una empresa tenga éxito en el largo plazo requiere de una "ventaja" sobre sus competidores, de lo contrario, eventualmente perderá su participación de mercado y reducirá su oportunidad de negocio hasta el nivel en que tenga que cerrar.

La factibilidad de la idea: Las estrategias empleadas para la identificación de ideas de negocios es clave para el inicio del nuevo emprendimiento.

El análisis FODA El análisis de Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas es fundamental en toda planeación estratégica y es que no

siempre se debe ir tras el negocio que parece más lucrativo, sino tras de aquél en el que tenemos las mayores posibilidades de éxito. Las barreras de Entrada y Salida La competitividad, rivalidad y ultimadamente la rentabilidad dentro de una industria se define por sus barreras de entrada y salida.

El poder de negociación: Un concepto fundamental en todo negocio es el “poder de negociación”, entenderlo y saber cuál es nuestro poder nos permitirá colocarnos en el punto más conveniente de cada negociación que llevemos a cabo.

La visión y la misión: La visión y la misión son generalmente la manifestación más visible de la planeación estratégica. Son dos temas muy importantes a la hora de convencer a los colaboradores para que se integren al equipo de trabajo, a los posibles inversionistas para que participen en el negocio y a los clientes para que sepan lo que ofrecemos.

Las 3 estrategias genéricas: El factor determinante en la rentabilidad de un proyecto tiene que ver con lo atractivo de la industria y la posición relativa que tenemos dentro del mercado y frente a nuestros competidores.

Las cadenas de valor: Para analizar las actividades específicas mediante las cuales el proyecto puede conseguir una ventaja competitiva, es útil modelar el proyecto como una cadena de valor, este ejercicio consiste en identificar las actividades o procesos que crean o agregan valor y alinearlos en el orden cronológico dentro del proceso de creación de valor total.

Las capacidades fundamentales Íntimamente relacionadas con las Fuerzas y Debilidades que se identifican en el análisis FODA están las capacidades fundamentales. Estas capacidades son precisamente lo que se tiene que ofrecer en los mercados como una empresa o un proyecto.

El ciclo de vida de un proyecto: Aunque se considera que una empresa es la forma de hacer perdurar las ideas de los visionarios emprendedores más allá de la duración de su propia vida, en la actualidad, es cada vez más frecuente que las empresas y los proyectos tengan objetivos específicos que cumplir y una vez allí el rendimiento marginal ajustado disminuya rápidamente hasta el punto que conviene evolucionar a otra cosa o cerrar definitivamente.

Las fuentes y métodos de financiamiento: Para cada una de las etapas de desarrollo de un proyecto existen fuentes de financiamiento óptimas y esquemas para aprovecharlas al máximo.

El Posicionamiento es: Cómo percibe el público; el espacio que ocupa en la mente de la gente. La entrada a nuevos mercados dentro de la estrategia de todo proyecto o empresa debe de estar considerada la expansión como uno de los métodos de supervivencia y de aumento de la productividad.

Las estrategias globales: son simultáneamente una estrategia de penetración específica a uno o varios mercados y una estrategia de defensa de nuestra actual participación de mercado.

(Ramírez Rojas, 2017) desde su perspectiva establece que El diagnóstico situacional FODA es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis de esas cuatro variables principales, con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio. Las estrategias de una empresa deben surgir de un proceso de análisis y concatenación de recursos y fines, además ser explícitas, para que se constituyan en una “forma” viable de alcanzar sus objetivos.

La realización del análisis FODA permite un análisis de los factores de éxito que dan paso al cumplimiento de los objetivos de la organización. Dicho análisis contempla un análisis de factores internos y externos de la organización, y es mediante éste que se puede estimar el impacto de una estrategia considerando la capacidad interna de la organización (Fortalezas y Debilidades) en contraste con la situación externa a ella (Oportunidades y Amenazas) esto para (Labra Salgado, 2017)

La herramienta de Análisis FODA constituye para las empresas el eje central del diagnóstico de las mismas, detectando los factores que pueden favorecer o no en su desarrollo como empresa.

Por otro lado, para que la planificación estrategia cuente con elementos que le permitan establecer estrategias a corto y mediano plazo, debe apoyarse con el análisis PORTER que a decir de (Célis Parra, 2018), analiza las estrategias estructurales y rivalidad de las empresas, las condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores conexos y de apoyo.

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. Se basa en la idea de que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competencia industrial-

Amenaza de nuevos competidores. - El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

La rivalidad entre los competidores. - Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Poder de negociación de los proveedores. - Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

Poder de negociación de los clientes. - Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos. - Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada es de tipo descriptivo, la cual permitió identificar y describir los componentes y características internas y externas del sector de emprendimiento. Los instrumentos utilizados para la

recolección de la información son: recopilación bibliográfica basada en artículos indexados, libros y fuentes confiables. Para realizar el análisis de la información cualitativa se estableció parámetros comparativos y de ejecución de herramientas a aplicar en la planificación estratégica.

RESULTADOS

En el Ecuador las condiciones de emprendimiento se enmarcan en las posibilidades de acercamiento a los negocios de las personas, según el GEM en el Ecuador el 43% de las personas han emprendido en algún momento de su vida. Estas acciones se deban a varias circunstancias las mismas que son vistas desde un punto de vista estratégico. En la provincia de Manabí lugar donde se establece el contexto en estudio, En 12 cantones manabitas se crearon 300 nuevos productos, basados en las recetas tradicionales y materias primas de la provincia. Se elaboran desde 'snacks' de chifles con sal prieta, sal marina con sabor a cacao, hasta rompopo de frutas cítricas. Y lo más importante: 7 000 personas obtuvieron un empleo directo a través de los 300 emprendimientos impulsados por el proyecto Manabí: Cuna de Emprendedores.

Los productos se distribuyen en las tiendas a escala local y nacional. Por ejemplo, 50 productos se encuentran en las perchas de cadenas de supermercados del país, como Tía, Mi Comisariato y Supermaxi. También, en una isla en el centro comercial Mall del Pacífico en Manta. El 80% de estos emprendimientos nació tras el terremoto, que devastó a la provincia el 16 de abril del 2016.

(Barros, Turpo (2017) Las microempresas fueron uno de los sectores más perjudicados. De 30 000 emprendedores que se registraron en el 2015 en el Servicio de Rentas Internas (SRI), 18 000 perdieron sus negocios en el 2016. La Prefectura ha invertido USD 300 000 en las capacitaciones, estudios de laboratorio de los productos, diseño de marca, etiquetado, registros sanitarios, entre otros. Además, 50 productos fueron exhibidos en Florida (EE.UU.), para comercializarlos en la comunidad latina de ese país. La oficina comercial de Proecuador en Miami realiza un análisis de mercado de cada producto y tiene el respaldo del Consulado.

Con ese estudio se empezarán a tramitar registros y certificados para exportar los productos que más acogida tuvieron de acuerdo a los datos establecido por el Ministerio de Producción del Ecuador. Sumado a ello y

según a (Zambrano Santos, 2019) Los emprendimientos productivos en el sector son organizaciones con una estructura organizacional muy básica, lo que constituye una desventaja para la competencia nacional.

Sin embargo, la proyección empresarial en el sector se vio marcada por algunas circunstancias favorables y no favorable.

Tabla 1. PEST

FACTORES POLITICOS	Se encuentran en estado de emergencia permanente local, lo que hace que sus recursos lleguen de manera directa Establecimiento de políticas de emprendimiento turísticos
FACTORES ECONOMICOS	Crecimiento económico en un 3,2% a nivel local en términos de consumo
FACTORES SOCIALES	Cuentan con programas de recuperación social Implementación de organismos para ayuda humanitarias Cuentan con un turismo establecido
FACTORES TECNOLOGICOS	Implementación de equipos y sistemas de registro, para el funcionamiento de empresas Regulación sistematizada

Fuente: Adaptado de Banco Central del Ecuador-INEC

Tabla 2. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Maquinarias y equipos	Financiamiento de entidades

implementados Servicios básicos en funcionamiento Políticas dirigidas Talento humano local Hospitalidad de los habitantes. Rehabilitación vía Membrillo-Piedra de Plata. Inclinación por actividades agro-turísticas	financieras Apoyo de las entidades Gubernamentales Programas de impulso al emprendimiento Construcción de anillo vial pichincha Chone Implementación de nuevos proyectos de café y cacao MAGAP
DEBILIDADES	AMENAZAS
Emprendimientos con estructura organizacional básica. Recuperación de capital a largo plazo No registran un crecimiento esperado en las ventas Inseguridad jurídica territorial Deficiente señalética turística y vial. Deficiencia de las vías de acceso.	Situación geográfica insegura Acceso a la tecnología Ingresos a sistemas de apoyo comunitario Segmentación de localidades Crisis económica mundial Crisis financiera del país Migración Contaminación de afluentes hidrográficos

Fuente. Adaptado de Ministerio de Producción en el Ecuador

CONCLUSIONES

Los emprendimientos productivos en el sector son organizaciones con una estructura organizacional muy básica, sin embargo, se han constituido un eje económico para el desarrollo local en el sector, pero esto aún no se vislumbra a corto plazo; se reconoce su continuo crecimiento en cuanto a infraestructura física, maquinarias y terrenos, en vista del financiamiento que han obtenido, sin embargo, no despuntan en la venta de su producto.

La comunidad según el diagnóstico situacional es un área rica en recursos naturales y culturales, posee una producción agrícola muy variada con reconocimiento a nivel internacional y esto permite desarrollar actividades integrativas como el agroturismo.

La matriz FODA dio paso a la elaboración del problema estratégico y la solución estratégica permitiendo establecer las estrategias de reorientación para posteriormente vincularlas con los resultados.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón (GAD) y a la Junta Parroquial establecen presupuestos dirigidos a implementar emprendimientos y servicios básicos para mejorar y aplicar proyectos de desarrollo económico en la provincia de Manabí.

El consejo Provincial mejoró las vías de acceso hacia la comunidad para facilitar la visita el comercio y el turismo, también el Gad del cantón cuenta con la disponibilidad de los habitantes en términos de ayuda social y contribución a zonas afectadas.

REFERENCIAS

- Barros, C., & Turpo, O. (2017). La formación en el desarrollo del docente investigador: una revisión sistemática. *Revista Espacios*, 38(45).
- Bunge, Mario. (1999). *Las ciencias sociales en discusión. Una perspectiva filosófica*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Diez, A. José y Moulines, C. Ulises. (1997). *Fundamentos de Filosofía de la Ciencia*. Primera edición. Barcelona: Editorial Ariel, S. A.
- Jenofonte. (1998). Hiero. Translator H. G. Dakyns. London: Project Gutenberg e-Book. [Consulta en línea: 04-04-2019 en el side web: www.gutenberg.org]. [Fecha del documento: enero, 1998 y posting date: 21 de agosto de 2008]. Pp. 49.
- Jenofonte. (2006[1951]). *On the means of improving the revenues of the State of Athens*. Translated by J. S. Watson. Reprinted with the permission of the publishers, G. Bell & Sons, Ltd, London. In *Early Economic Thought. Select writings from Aristotle to Hume*. Edited by Arthur Eli Monroe. Cambridge, Ma: Harvard University Press. Pp. 33-49.
- Mavromataki, M. (1995). *Atene. Tra mito e storia*. Atene: Edizioni D. Haitalis.

Oca Rojas, Y. M., Silupu, W. M. C., Romero, R. M., Jonathan, C. T., & Bastidas, C. B. (2020). Information technologies for the formation of socio-productive networks: Theoretical reflections. *RISTI - Revista Iberica De Sistemas e Tecnologias De Informacao*, 2020(E31), 151-160.