



Ecuador – Enero 2018 - ISSN: 1696-8352

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN MANABÍ-ECUADOR

Alexander Palacios Zurita^{1,3a}

Maritza Ortiz^{2b}

¹Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

²Universidad de la Habana

³apalacios@espam.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alexander Palacios Zurita y Maritza Ortiz (2018): "El emprendimiento social en Manabí-Ecuador", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (enero 2018). En línea:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2018/emprendimiento-social-ecuador.html>

RESUMEN

La sociedad que se caracterice por mantener la iniciativa emprendedora, será una sociedad que genere empleos, una cultura empresarial con estilo innovador e ideas nuevas con orientación al cambio y la capacidad de adaptación a los mismos. En este sentido, la investigación tiene como objetivo profundizar en la importancia del emprendimiento como herramienta de desarrollo encaminada hacia el reconocimiento de oportunidades, dado que en los actuales momentos permite la creación de nuevas empresas visualizando segmentos de mercado que no están siendo considerados, y que mediante la innovación puedan ser atendidos, aportando de esta manera a la economía y mejorando la calidad de vida de las personas. El estudio abarca las conceptualizaciones del término y su evolución a lo largo del tiempo, desde considerarse parte del estudio socio-económico, hasta ser visto como una moda crucial, ya que hoy en día las personas tienden a inclinarse por ser dueños de sus propios negocios, por ser empleadores y no empleados, por mejorar su estatus social y lograr así, independencia y estabilidad. El emprendimiento social también hace parte de la teorización del artículo, definiéndose como aquella habilidad para identificar problemas en la sociedad que evitan su progreso. Los emprendedores sociales buscan la inclusión, equidad y el desarrollo de los pueblos menos favorecidos, proponiendo para ello ideas innovadoras que traigan consigo soluciones óptimas y efectivas. En esta línea se caracterizan los emprendimientos en el Ecuador bajo los datos presentados por el Global Entrepreneurship Monitor, y la presencia de estos en los cantones que conforman la provincia de Manabí según datos generados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, cuyas actividades se mueven alrededor del grupo de producción y el subgrupo agrícola, avícola, acuícola, agropecuario, textil, pesca y otros, considerados como emprendimientos sociales establecidos en los últimos años. De manera más específica se trata el caso de la Corporación Fortaleza del Valle, organización originada en la provincia de Manabí y que desarrolla sus actividades alrededor del comercio justo y la asociatividad, donde los resultados que se obtienen se traducen en términos de creación de valor, al encontrarse integrada por socios agricultores cacaoteros que proveen de materia prima a la corporación, y que gracias a la innovación, haciendo el uso efectivo de tecnologías, logran los procesos idóneos que convierten el cacao fino de aroma en chocolate

^a Magister en Gestión Empresarial. Magister en Ciencias Ambientales. Docente Investigador de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Director de tesis de pregrado y posgrado. Coordinador del Programa de Maestría en Administración de Empresas de la ESPAM MFL.

^b Doctora en Ciencias Económicas, Universidad de la Habana. Profesora y Directora del Departamento de Ciencias Empresariales de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana. Directora de tesis de doctorado. Miembro del Tribunal permanente de Cibernética Económica y Demografía para la defensa de tesis doctorales y de la comisión de grados científicos del área de Ciencias Económicas en la Universidad de la Habana.

como producto terminado destinado a la exportación. Finalmente, tras la determinación de indicadores de emprendimiento en las categorías de desarrollo y dinamización socio económica, acceso de mercado y tecnologías, se establecieron los impactos económicos de CFV, cuyos datos revelan el beneficio que otorga a todos los pequeños productores de las zonas aledañas, aportando además mejoras en la vida de las personas que la conforman, el progreso comunitario, a través de una relación comercial justa y directa entre los comercializadores y compradores, promoviendo de esta manera la agricultura sostenible y sustentable.

CLASIFICACIÓN JEL: L26, O35, Q1

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Emprendimiento Social, Innovación, Desarrollo, Organizaciones Agroproductivas

ABSTRACT

The society that is characterized by maintaining the entrepreneurial initiative, will be a society that generates jobs, a business culture with innovative style and new ideas with orientation to the change and the capacity of adaptation to them. In this sense, the research aims to deepen the importance of entrepreneurship as a development tool aimed at the recognition of opportunities, given that at the present time it allows the creation of new companies by visualizing market segments that are not being considered, and that through innovation can be attended, thus contributing to the economy and improving the quality of life of people. The study encompasses conceptualizations of the term and its evolution over time, from being considered part of the socio-economic study, to being seen as a crucial fashion, since today people tend to lean towards owning their own businesses, because they are employers and not employees, to improve their social status and thus achieve independence and stability. Social entrepreneurship also forms part of the theorization of the article, defined as that ability to identify problems in society that prevent their progress. Social entrepreneurs seek the inclusion, equity and development of disadvantaged peoples, proposing innovative ideas that bring optimal and effective solutions. In this line, the entrepreneurs in Ecuador are characterized by the data presented by the Global Entrepreneurship Monitor and the enterprises by each canton that make up the province of Manabí according to the information of the Superintendency of Popular and Solidarity Economy, whose activities are moving around of the production group and the agricultural, poultry, aquacultural, agricultural, textile, fishing and other subgroup, considered as social enterprises established in recent years. This is how the article describes the case of Corporación Fortaleza del Valle, an organization that is born in the province of Manabí and moves its activities around fair trade, where the results are translated in terms of value creation, being integrated by cocoa farmers who supply the raw material to the corporation, and thanks to the innovation, making effective use of technologies, they achieve the ideal processes that convert fine cocoa of aroma into chocolate as a finished product destined for export. Finally, following the identification of entrepreneurship indicators in the categories of development and socio-economic dynamism, market access and technologies, the economic impacts of CFV were established, whose data reveal the benefit that it gives to all small producers in the surrounding areas, generating in addition to improvements in the lives of the people that comprise it, community progress, through a fair and direct business relationship between marketers and buyers, thus promoting sustainable and sustainable agriculture.

JEL CLASSIFICATION: L26, O35, Q1

KEYWORDS: Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Innovation, Development, Agroproductive Organizations

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento 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 campo laboral de acuerdo a su formación que les permita mejorar sus condiciones de vida y asegurar su estabilidad en el tiempo. De allí la importancia de emprender, dado que, en la actualidad, las personas quieren generar sus propios recursos y ganar independencia, como resultado de esto, han dejado de lado la idea de ser empleados por la de ser dueños de sus negocios. El emprendimiento como tal se ha vuelto una útil herramienta de desarrollo para sobresalir en medio de tiempos económicos difíciles. Sin embargo, la opción de emprender, no sólo tiene base en concebir ideas nuevas que den paso a creaciones de empresas o negocios innovadores.

Si bien es cierto existen otros tipos de emprendimiento tal como el emprendimiento social, cuyos cimientos se direccionan a beneficiar a un determinado grupo de la sociedad de escasos

recursos y limitados accesos, sin esperar un reconocimiento público o un beneficio económico, con el único objetivo de dar soluciones óptimas a problemas sociales que acarreen 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 el emprendimiento del tipo social en Ecuador, principalmente en el área agroproductiva, centrándose en las actividades que se realizan en torno a la agricultura, silvicultura y pesca. Un ejemplo de esto, es la Corporación Fortaleza del Valle, organización que se encuentra en la provincia de Manabí y que es considerada como el grupo mejor consolidado en la asociación de productores de cacao fino de aroma. Sus actividades conglomeran a los diferentes socios, pequeños productores de cacao ubicados en los cantones aledaños, que venden su materia prima a la corporación a mejor precio que en otros mercados, esto gracias a que la organización labora bajo certificaciones de comercio justo que acredita al chocolate con destinos internacionales, todo ello asegura los derechos de sus pequeños productores brindándoles equidad y una relación comercial justa y de libre decisión, reconociendo sus capacidades y habilidades tradicionales, creando canales comerciales innovadores, llegando a mutuos acuerdos de precio para que exista la línea de comercio justo y no ayudas voluntarias, de tal manera que se pueda acordar una remuneración aceptable, beneficiando sus economías, aportando al desarrollo sostenible y sustentable de los cantones asociados, procurando condiciones de vida dignas, luchando contra la pobreza y aportando al desempeño local agrícola de la provincia.

2. DESARROLLO

2.1 Evolución del concepto de emprendimiento en el tiempo

La historia, desde enfoques económicos, reconoce a Cantillon (1680-1734) citado por (Rodríguez, 2009) como la persona que implanta por primera vez el término “entrepreneur” cuyo concepto se refería a aquel 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 por sus propios medios ganancias variables e inciertas. En el sentido amplio de la conceptualización del emprendimiento, la RAE (1873) citado por (Carmen & Viveros, 2010?) lo definen como “La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua”. Posteriormente, es (Schumpeter, 1934) citado por (Montero & Fuentelsaz, 2015) quien pone de manifiesto que las nuevas empresas cumplen un papel esencial, pues con frecuencia son las encargadas de introducir innovaciones en el mercado que se traducen en nuevos productos y servicios. Es por ello que la acción de emprender se convierte en una vía necesaria e importante para contribuir a mejorar la situación económica actual.

Kundel en 1991 citado por (Formichella, 2004) definió al emprendimiento como “La gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”. Por su parte (Rodríguez, 2009) menciona que el término emprendimiento caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea. Dichas personas denominadas emprendedoras, adoptan características de planeación y ejecución, lo cual las hace propensas al riesgo y a la vez esquivas a la comprensión de sus propias dinámicas. Más adelante es (Araque, 2015) quien señala un nuevo enfoque de la percepción de emprendimiento, el mismo hacía énfasis en hablar del emprendimiento como “una actitud propia del ser humano, creatividad, perseverancia, capacidad para asumir riesgos, actitud mental positiva para la aplicación a campos que sobrepasan los límites de la creación de empresas”. Hoy en día, sin embargo, el concepto moderno de emprendimiento según indica el (Consejo Nacional de Competitividad, 2017) se fundamenta en impulsar la asignación de recursos a través de la creación y operación de nuevas empresas, todo ello gracias a la interacción dinámica entre las actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras por parte de los individuos.

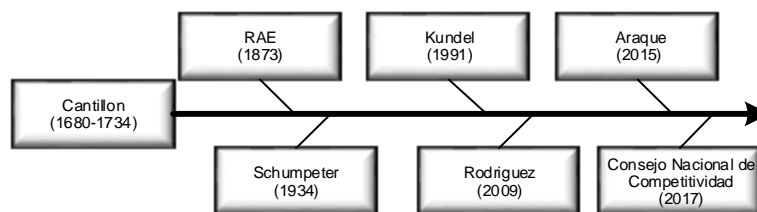


Figura 1: Evolución del concepto de emprendimiento en el tiempo.

Fuente: Elaboración propia con base en los autores consultados.

Pese a los cambios que ha sufrido el concepto del emprendimiento con el transcurso del tiempo (Figura 1), desde considerarse parte del estudio socio económico, hasta referirse a él como una actitud, capacidad, o habilidad de las personas, cuya aplicación permitía a los individuos desarrollarse con éxito en el sector que decidieran iniciar un nuevo negocio, todos giran en torno a un solo enfoque, la necesidad de sobresalir, de impulsar nuevas ideas, de innovar, de crear oportunidades, de mejorar el estilo de vida de los individuos, de ganar estabilidad e independencia.

2.2 El emprendimiento social

Para (Cornelius et al, 2008) citado por (Martínez, 2014) la literatura en su mayoría anglosajona sitúa los orígenes de la historia del emprendimiento social en la Inglaterra Victoriana, en el siglo XIX. Resalta también que uno de los primeros ejemplos de empresa social fue la creación de la cooperativa de trabajadores, dado que se construyó una forma empresarial basada en la coincidencia de la propiedad del capital con el trabajo en la organización, misma que se hallaba basada en el autoempleo asociativo. La cooperativa social, se volvió entonces un modelo de organización empresarial, cuyas actividades se fueron extendiendo por todo el mundo, sobre todo en países del sur de Europa como Italia, España, y cada vez en mayor medida, Francia. Según (Fournier, 2011) se la puede designar como cualquier acción, iniciativa o movimiento dentro de la esfera socio-económica, que se encuentra orientado a favor del interés general y del bien común, además de ser de origen privado, beneficia a una franja significativa de la población. El emprendimiento social utiliza la innovación, esta se aplicada a diversos recursos los cuales pueden satisfacer necesidades de la sociedad de manera sustentable y sostenible creando un impacto social. Las empresas para ser sustentables y sostenibles intentan sus estrategias en nuevos mercados, haciendo uso de sus potencialidades y aprovechando las oportunidades (Del Valle & Mezher, 2015) o propiciándolas.

(Drayton, 2002) citado por (Santos, Barroso, & Guzman, 2013) sostiene que los emprendimientos sociales usan el altruismo fundamentalmente para generar valor social, atendiendo a necesidades sociales, tales como la pobreza, la exclusión social, el desempleo de personas con discapacidades físicas o psíquicas o el deterioro medioambiental. Por supuesto, esas necesidades se atienden produciendo bienes y servicios de forma innovadora. Para el (GEM, 2014) citado por (Ramírez, Mungaray, Aguilar, & Flores, 2017) los emprendimientos sociales se pueden clasificar en cuatro tipos, el primero de ellos es la organización no gubernamental (ONG) cuyo objetivo social engloba formas no lucrativas; menciona también a la empresa social sin ánimo de lucro, que es innovadora en sus proyectos, no tiene interés de generar ganancia y cuyo principal objetivo es de carácter social, en la mayoría de los casos están relacionadas con la protección del medio ambiente; Así mismo el segundo tipo es la empresa social híbrida, que al igual que las demás posee un objetivo social, con la diferencia de que en ella existe una estrategia de generación de ganancias que es complementaria a la misión de la organización; y finalmente agrega como último tipo a la empresa social con ánimo de lucro, que presenta una clara estrategia de generación de ganancias en convivencia con el objetivo social.

(Massetti, 2008) citado por (Palacios, 2010) coincide con este último y analiza las diferentes tipologías de empresa para comprender el modelo de negocio que funda el emprendedor social a través de una matriz de emprendimiento social (Figura 2), donde expone que dependiendo del fin que persiga, una empresa puede ubicarse en uno de los cuatro cuadrantes. En el cuadrante I se encuentra la empresa sin fines de lucro tradicional, se caracteriza por estar motivada por una misión social y no le importa la rentabilidad. En el cuadrante II, se ubica la empresa lucrativa tradicional, se caracteriza por ser una empresa orientada a un mercado y motivada por la obtención de ganancias; pero, son empresas conscientes de su responsabilidad social corporativa. La empresa del cuadrante III, se considera como una organización social en transición, pues da respuesta a las demandas de un mercado, pero no está motivada por la necesidad de lograr ganancias; el financiamiento es a través de

donaciones, programas gubernamentales y fondos establecidos; más que la creación de una empresa, su objetivo es resolver un problema social que puede o no derivar en ganancias monetarias. Y finalmente en el cuadrante IV se encuentra el modelo nuevo de organización social, atenta a las necesidades del mercado para satisfacerlas de modo que también obtenga rentabilidad, el ánimo de lucro está en función de su uso, mantenimiento, desarrollo o multiplicación de la entidad.

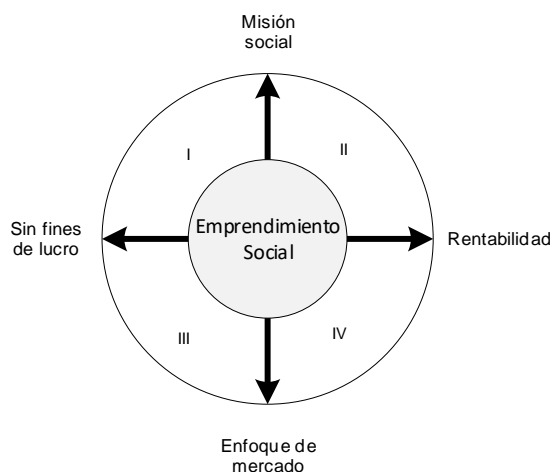


Figura 2: Matriz del Emprendimiento Social

Fuente: (Masseti, 2008) citado por Palacios (2010)

Sullivan et al., (2003) citado por (Apetrei, Ribeiro, Roig, & Mas Tur, 2013) destaca que el empresario social se caracteriza por tomar decisiones clave basadas en la innovación, la pro actividad y la asunción de riesgos, todo esto le otorga la capacidad de reconocer el valor social y crear oportunidades. En su artículo “The meaning of Social Entrepreneurship” (Dess, 1998) afirma que los empresarios sociales desempeñan el papel de agentes del cambio en el sector social, por adoptar una misión para crear y sostener el valor social, es decir, no sólo el valor privado, reconociendo e incesantemente buscando nuevas oportunidades para servir a esa misión, participando en un proceso de innovación continua, adaptándose y aprendiendo a diario, actuando audazmente sin estar limitado por los recursos actualmente disponibles, y finalmente exponiendo una mayor rendición de cuentas a los grupos constituidos y los resultados creados. Por otro lado (Guzmán & Trujillo, 2008) argumentan que, como manifestación de la actividad del emprendedor en la economía, el emprendimiento social basa su importancia en el impacto que él mismo tiene sobre el desarrollo económico y social. La actividad desarrollada por el emprendedor es llevada a cabo en diferentes sectores, con distintos propósitos y por diversos actores.

El emprendimiento social, va más allá de querer obtener un beneficio propio que promueva reconocimientos públicos o económicos. Este se basa en lograr beneficios colectivos y de carácter trascendental, cuya iniciativa emprendedora permita contribuir al desarrollo de la sociedad, mejorando significativamente la calidad de vida de las personas que participan en su ejecución. Bajo estos lineamientos, el emprendedor social orienta sus esfuerzos y capacidades hacia el logro de las metas, que no es más que el impacto en la sociedad promoviendo cambios positivos, insertando en ella un proyecto que involucre a la colectividad donde se pretenda proponer ideas nuevas que ayuden a contrarrestar los problemas existentes y a plantear soluciones óptimas.

2.3 Emprendimientos en Ecuador

El estudio realizado por (GEM, 2015) destaca que los tipos de negocios de los emprendedores nacientes y nuevos muestran los sectores a los que es importante prestar atención, entre ellos se encuentra el sector extractivo, como relevancia al objeto de estudio, haciendo referencia a la agricultura, silvicultura y pesca, donde los emprendimientos nacientes se basan en la siembra y venta de maíz, además de la crianza y comercialización de peces. Por otro lado, se hallan los emprendimientos nuevos orientados en la siembra y venta de plátano, frutas, yuca y cerdos. Igualmente, la crianza y venta de aves de corral y ganado.

Cuadro 1. Distribución de actividades por industria de emprendimientos nuevos y establecidos en el Ecuador.

Distribución	Industria	TEA	Establecidos
Extractivo	Agricultura, silvicultura y pesca	5,0%	19,9%
	Minería y construcción	0,0%	0,3%
Transformación	Minería y construcción	0,3%	1,3

Orientados a negocios	Manufactura	5,2%	9,1%
	Uso, transporte y almacenamiento	1,7%	7,3%
	Comercio al por mayor	2,5%	6,9%
	Información y comunicación	1,2%	0,6%
	Intermediación financiera y bienes raíces	0,3%	0,6%
	Servicios profesionales	1,7%	2,2%
	Servicios administrativos	2,5%	0,9%
Orientados a consumidores	Comercio al por mayor	3,2%	4,7%
	Comercio al por menor, hoteles y restaurantes	65,9%	39,7%
	Gobierno, salud, educación y servicios sociales	5,7%	5,7%
	Actividades de servicio al consumidor	1,2%	0,6%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador 2015

El cuadro 1, muestra el porcentaje de emprendedores en la TEA (Actividad Emprendedora Temprana) de acuerdo al tipo de actividad en la que se desenvuelve. El 5,0% constituye los emprendimientos nuevos, mientras que el 19,9% representa los nuevos negocios alrededor del sector extractivo. Los emprendimientos nuevos de carácter agro productivos en el Ecuador se presentan en menor escala con apenas el 5% de TEA, frente a otros como el comercio al por menor dedicados a la venta de alimentos, bebidas y vestimentas por catálogos, que según al estudio realizado por el GEM en el 2015 representa el 65,9% de participación.

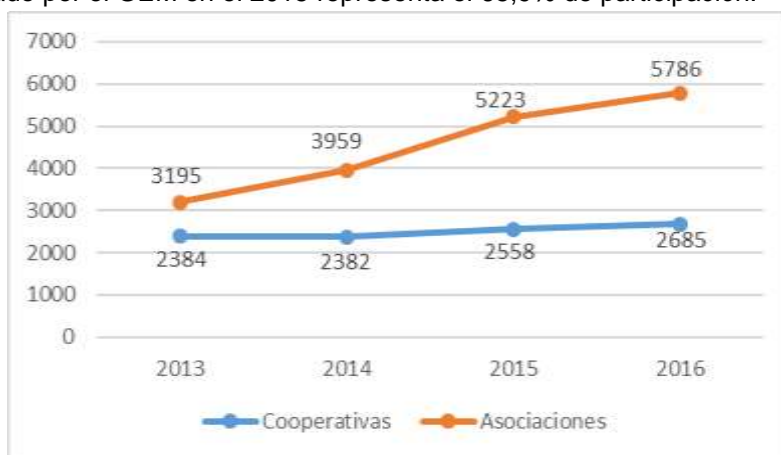


Gráfico 1. Cooperativas y Asociaciones a nivel del Ecuador registradas

Fuente: Elaboración propia, tomado de (SEPS, 2016).

En 4 años, el número de asociaciones dedicadas a la producción en el Ecuador ha aumentado significativamente (Gráfico 1). La tendencia muestra un total de 3195 asociaciones registradas en la SEPS en el año 2013, frente a un total de 5786 para el año 2016, esto representa un notable crecimiento del 66,6% aproximadamente, de asociaciones establecidas en el Ecuador, cuyas actividades se orientan a la agricultura, silvicultura y pesca. Por otro lado, en cuanto a las cooperativas de producción, en el año 2013 se registraron 2384, descendiendo para el año siguiente en dos unidades. Para el 2015 se reflejaron 2558 cooperativas, número que creció para el 2016 con un total de 2685 cooperativas.

2.4 Indicadores que caracterizan los emprendimientos

De acuerdo con la (FAO, 2017) los resultados e impactos esperados en territorios intervenidos a través de programas o proyectos de inversión que creen condiciones propicias para los emprendimientos rurales, pueden ser medidos por un sinnúmero de indicadores (Cuadro 2), con el afán de que contribuyan a incrementar activos empresariales para el crecimiento, es decir, niveles de productividad, calidad adecuada, vínculos con los mercados locales e internacionales, entre otros, mejorando de esta manera los niveles de gestión y operación de los micro emprendimientos rurales.

Cuadro 2. Indicadores que caracterizan los emprendimientos.

Desarrollo y dinamización socio económica	Acceso al Mercado	Innovación tecnológica y científica
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del margen neto de beneficio de toda la empresa (u organización de productores) • Incremento del ingreso neto de los miembros de la organización de productores • Incremento del empleo u ocupación familiar • Incremento del valor agregado a la producción • Incremento de la calidad de los productos • Número de organismos o instituciones involucradas en el desarrollo económico del territorio • Número de espacios de colaboración o de desarrollo de iniciativas conjuntas entre micro emprendimientos, pequeñas empresas de una localidad específica y empresas que forman parte de la cadena de valor (con objeto de promover la incorporación de los emprendimientos a la cadena) • Incremento del número de vínculos e interacciones que se desarrollan a lo largo de cada una de las etapas de la cadena de valor entre los distintos actores • Número de exposiciones, ferias, encuentros y manifestaciones diversas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del volumen de producción vendida del producto(s) apoyado(s) (suponiendo mismo producto antes y después de la inversión) • Incremento del número de cadenas cortas y/o largas después de un proyecto de inversión de acceso al mercado • Número de alianzas entre organizaciones de productores y comprador(es) 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la productividad de las Unidades de Producción de los beneficiarios de la inversión • Número de nuevas tecnologías adoptadas en los emprendimientos beneficiarios del proyecto • Número de nuevas patentes o licencias • Incremento del capital empresarial dedicado a inversión en I+D • Número de iniciativas conjuntas centros de investigación y extensión agraria-universidad-micro emprendimientos

Fuente: Tomado de (FAO 2017)

2.5 Caracterización de emprendimientos sociales en Manabí

La provincia de Manabí está conformada por 22 cantones, uno de ellos es Portoviejo, que ostenta la calidad de capital provincial y alberga entre asociaciones y cooperativas dedicadas a la producción (Cuadro 3) al mayor número de emprendimientos sociales (>100). El sector cooperativo se dedica a la pesca, explotación de madera y producción artesanal, en tanto las asociaciones a: la agricultura y ganadería, elaboración de productos alimenticios, bebidas, tabaco, explotación de minas y canteras, fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero.

Un segundo grupo lo forman los cantones con menos de cien y más de cincuenta organizaciones. Estos son: Chone, El Carmen y Pedernales. En los dos primeros la agricultura y la ganadería es la actividad principal de los emprendimientos sociales, en el tercero ésta alterna con la pesca. En Chone el 96% son asociaciones, en el Carmen no se registran cooperativas y en Pedernales el 14% son cooperativas, todas ellas dedicadas a la pesca. El tercer grupo es el más numeroso, abarca los cantones que tienen menos de cincuenta y más de quince organizaciones, de ellos Santa Ana, Paján, Tosagua, Pichincha no poseen cooperativas, por otra parte, Manta, Jipijapa, San Vicente, Sucre, Rocafuerte, 24 de Mayo, Bolívar, Puerto López tienen las dos organizaciones.

Para Pichincha y Bolívar el tipo de emprendimiento gira únicamente entorno a la agricultura y ganadería al igual que en Santa Ana con la particularidad de una asociación dedicada a la enseñanza y Paján junto con 24 de Mayo que elaboran productos alimenticios, bebidas,

tabaco. En Manta hay organizaciones dedicadas a la fabricación de maquinaria y equipo, transporte, muebles y manufacturas, elaboración de productos alimenticios, bebidas, tabaco, silvicultura, pesca, agricultura y ganadería. Jipijapa tiene formas asociativas destinadas a la silvicultura, pesca, agricultura y ganadería fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero elaboración de productos alimenticios, bebidas, tabaco. Tosagua, San Vicente, Sucre a la agricultura y ganadería, pesca, Rocafuerte junto con Puerto López además de las dos actividades anteriores a la elaboración de productos alimenticios, bebidas, tabaco.

Cuadro 3. Cooperativas y Asociaciones dedicadas a la producción por cantón de Manabí

Cantones	Cooperativas	Asociaciones	Total por Cantón	Actividad											
				AB	AG	AR	E	M	MC	ME	TC	P	S		
Portoviejo	12	114	126	X	X	X			X		X				
San Vicente	3	33	36		X							X			
Sucre	10	18	28		X							X			
Junin	0	15	15	X	X										
Chone	3	71	74		X						X				
Montecristi	1	12	13		X										
Manta	7	33	40	X	X					X		X	X		
Rocafuerte	0	20	20	X	X						X				
24 de Mayo	1	18	19	X	X										
Santa Ana	0	38	38		X		X								
El Carmen	0	61	61	X	X										
Bolívar	1	17	18		X										
Pajan	0	31	31	X	X										
Olmedo	1	10	11		X										
Pichincha	0	19	19		X										
Jaramijó	6	6	12					X				X			
Jipijapa	3	36	39	X	X						X	X	X		
Tosagua	0	24	24	X	X										
Pedernales	7	44	51		X							X			
Puerto López	5	12	17	X	X							X			
Flavio Alfaro	0	13	13		X										
Jama	1	9	10		X			X			X				
TOTAL POR TIPO	61	654	715	10	21	1	1	2	1	1	5	7	2		

Fuente: Elaboración Propia, tomado de SEPS 2017

En el último grupo están los cantones que tienen quince o menos organizaciones. Junín y Flavio Alfaro son cantones con evidente ausencia del cooperativismo de producción. La agricultura y ganadería es una actividad común en todos los cantones de este grupo, para Montecristi y Olmedo es la única, para Jaramijó y Jama la explotación de madera y producción artesanal es otro tipo de emprendimiento. También se registran actividades de pesca en Jaramijó y la producción textil en Jama.

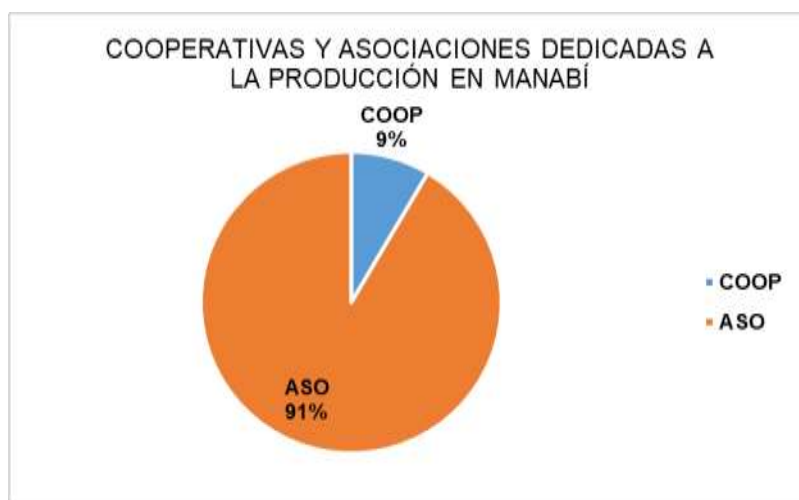


Gráfico 2. Presencia de Cooperativas y Asociaciones dedicadas a la producción en la provincia de Manabí

Fuente: Elaboración Propia, tomado de (SEPS 2017)

Es importante señalar que las asociaciones de producción constituyen la figura del emprendimiento social con mayor presencia en la provincia, el gráfico 2 muestra un 91% frente a un 9% de cooperativas. Asimismo, la agricultura y ganadería son las actividades predominantes en veintiún cantones, le sigue la producción de alimentos y bebidas y la pesca, esto obedece a las bondades climáticas y geográficas de las que goza Manabí, lo que la consolida como una provincia eminentemente agrícola y abundante en emprendimientos sociales agro productivos. Esto explica en parte el surgimiento de una organización creada por iniciativa de cuatro asociaciones de producción agrícola, objeto del presente análisis.

2.5.1 Corporación Fortaleza del Valle (CFV)

La CFV, es una organización jurídica de segundo grado, cuya actividad se basa en la producción y comercialización de cacao orgánico nacional fino de aroma en los mercados de comercio justo. Dichos mercados se expanden a lugares como Europa, México, Estados Unidos, el mercado nacional y mundial. Como organización, se encuentra conformada por cuatro asociaciones agrícolas de primer grado que son: Valle del carrizal, La Fortaleza, Quiroga y Rio Grande de Canuto, que pertenecen a los cantones de Bolívar, Tosagua, Chone, Junín y Portoviejo, en la Provincia de Manabí. Además, hacen parte de ella los pequeños y medianos productores de la zona, donde su principal objetivo es promover el desarrollo social, económico y medioambiental de sus miembros y familias, todo ello alrededor de la producción y comercialización de cacao nacional fino y de aroma con certificación orgánica y comercio justo (CFV, 2015).

Actualmente cuenta con más de 900 socios que tienen en conjunto una superficie de 1700 hectáreas en sistemas agroforestales, contribuyendo a la conservación de la biodiversidad y el ambiente, en las que se produce un promedio de 10 quintales de cacao por hectárea al año. CFV, participa en el sistema de comercio justo desde el año 2005, mediante la certificación emitida por el órgano independiente de FLO-Cert. Dada las evaluaciones que se hacen a las organizaciones que se mueven en este ámbito se ha establecido como prioridad permitir que los productores puedan elegir su propio camino de desarrollo, ajustándose más a la realidad, simplificando y reduciendo costos de cumplimiento (CFV, 2015).

De acuerdo con lo expuesto por (Revista El Agro, 2016) CFV exporta a Europa y Norteamérica. El enfoque de la organización está dirigido a trabajar exclusivamente con sus socios, comprando su producto para la exportación, el Cacao Fino de Aroma. Uno de los principales objetivos de esta asociación es "abrochar", al sector manabita en esta fortaleza, iniciado con los productores del cantón Bolívar, con expectativas de extenderse progresivamente a futuro. Además, menciona que la corporación se abastece de cinco cantones diferentes, que son: Tosagua, Chone, Bolívar, Junín y una pequeña parte de Portoviejo. Se persigue este objetivo para evitar caer en manos de los comerciantes (intermediarios), y así, tener el volumen necesario para exportar a otros países.

CFV cuenta con dos centros de acopio, ambos en el cantón Bolívar, uno grande y otro de menor capacidad, ubicados a suficiente distancia uno del otro, para guardar algo de equivalencia en las distancias de los recorridos que los productores realizan al llevar su producto. La calidad del cacao está basada básicamente en lo que el centro de acopio realiza,

que es el fermentado, luego se hace los preparados y se lo alista para el envío correspondiente (Revista El Agro, 2016).

2.5.2 Valoración de la CFV a través de indicadores

Los indicadores anteriormente propuestos para CFV (Tabla 5), se agrupan en las categorías de acceso al mercado y en el desarrollo y dinamización socio económica. Su aplicación permite medir los impactos económicos creados tras las actividades que desarrolla la empresa.

Cuadro 4. Indicadores aplicados a la CFV

Fuente: Elaboración Propia

INDICADORES	Descripción		Análisis
1. Beneficios creados	Beneficio económico		El gremio brinda un diferencial de alrededor de \$12 por quintal. Ellos lo compran en baba (húmedo) para aplicarle procesos tecnológicos de postcosecha y lo venden en el mercado internacional, para que exista este diferencial.
2. Incremento del volumen de producción vendida del producto	Volumen producción	de	El 2006 produjo y vendió 25 toneladas. El 2016 produjo y vendió 500 toneladas.
3. Incremento de la calidad de los productos	Certificaciones		La CFV ofrece cacao orgánico fino de aroma, con certificaciones orgánicas NOP, UE y FLO de Comercio Justo.
4. Rentabilidad	Ingresos anuales y mensuales		CFV ofrecer un producto orgánico, sobre una plataforma de comercio justo, por lo que reciben premiums de \$200/tonelada (Gráfico 4)
5. Productividad	Producción anual y mensual		Produce un promedio de 10 quintales de cacao por hectárea al año (Gráfico 3)
6. Incremento del empleo u ocupación familiar	Personas asociadas		CFV genera autoempleo a más de 900 socios, cuyos sistemas forestales superan las 1700 Ha.

En los últimos 10 años ha incrementado el volumen de producción vendida destinada a la exportación. Fortaleza pasó de vender 25 toneladas anuales en el 2006 a vender 500 toneladas en el 2016 (Gráfico 3), lo que significa un avance en los procesos de producción, tecnología y calidad.

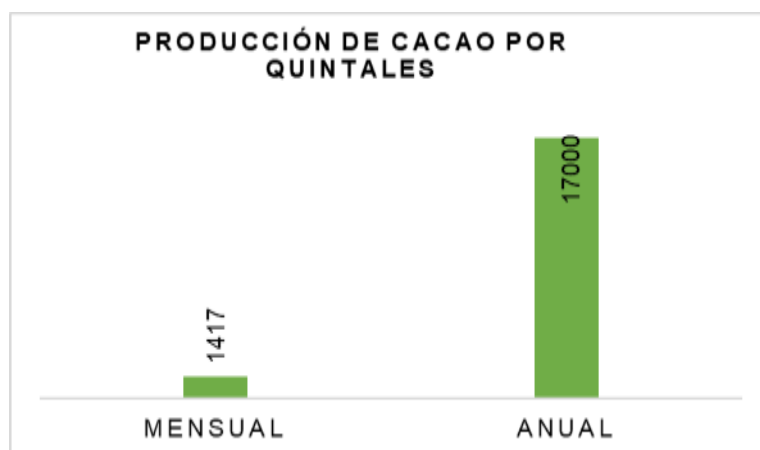


Gráfico 3. Producción anual y mensual de cacao por quintales en CFV

Fuente: Elaboración propia

En relación al incremento del margen neto de beneficios, CFV establece un diferencial en el precio al que compra el producto a los agricultores, de alrededor de \$12 por quintal, es decir, si en el mercado un quintal de cacao seco asciende a \$40, Fortaleza del Valle compra ese mismo quintal en estado húmedo (en baba) sin procesos tecnológicos aplicados, en \$52. Generando, además de beneficios para el socio productor de la materia prima, un atractivo para aquellos que aún no son parte de la asociación. La calidad de los productos en la organización se asegura a través de procesos de fermentación y secado realizado en los centros de acopio correspondientes. Se produce sin compuestos o procesos químicos, teniendo como resultado un producto orgánico, lo que le otorgó certificaciones NOP y UE.

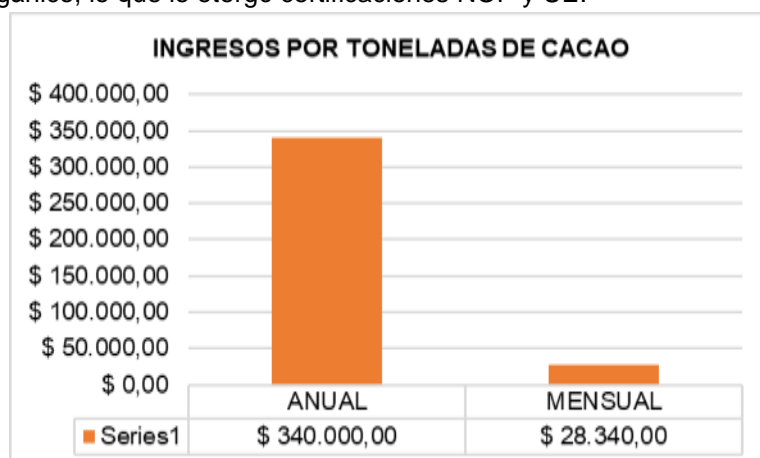


Gráfico 4. Ingresos anuales y mensuales por toneladas de cacao en CFV

Fuente: Elaboración propia

3. CONCLUSIONES

El emprendimiento social se convierte en alternativa e instrumento para: la integración de los pequeños productores, el incremento de la competitividad en sus actividades realizadas. Este no debe considerarse incompatible y ajeno a los emprendimientos considerados privados, siempre que se mantenga fiel a su visión social, pues ambos pueden llegar a producir el bienestar de un grupo, mejorar las condiciones de vida de las personas a ellos vinculados, aportar al progreso local, nacional y de regiones con economías emergentes como ecuatoriana. Los emprendimientos sociales y sus formas asociativas como el caso de la CFV, son negocios en desarrollo que han conseguido consolidarse como empresas líderes, cuyo modelo brinda un patrón que puede ser seguido siempre que se pretendan logros positivos en aspectos económicos y sociales a la vez que puede esperarse sea una contribución a las comunidades con mayores desventajas productivas, comerciales, sociales y culturales.

CFV es una organización que reúne a pequeños agro productores de la zona de influencia, donde a través de sus actividades les da la oportunidad de llevar sus productos a una plataforma de comercio justo, es decir, obtienen mejores precios por la venta de la materia

prima gracias a las relaciones comerciales favorables, remuneraciones justas, acuerdos entre productor y consumidor, entre otros.

CFV es un emprendimiento social exitoso ubicado en la Provincia de Manabí, Cantón Bolívar, cuyas actividades se basan en ofrecer un producto orgánico, que asegura la calidad del producto final que es destinado a la comercialización en el marco del comercio justo mediante la exportación a países como Holanda, Suiza y Estados Unidos.

El beneficio económico es percibido directamente por los socios en el precio al que llegan a vender el cacao pues el diferencial económico en algunos casos supera en un 10% a los precios del mercado. El progreso social se percibe de varias formas, el principal es el autoempleo de sus socios, la generación de plazas de trabajo y la reinversión de los excedentes de sus operaciones en acciones de beneficio colectivo para los asociados.

BIBLIOGRAFÍA

- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., & Mas Tur, A. (Agosto de 2013). El emprendedor social – una explicación intercultural. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 37-52. Recuperado el 24 de Agosto de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17429865004>
- Araque, W. (Enero de 2015). *EKOS negocios*. Recuperado el 24 de Agosto de 2017, de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf>
- Carmen, C. T., & Viveros, H. F. (2010?). LOS EMPRENDEDORES EVOLUCIONAN EL CONCEPTO. *UNICATÓLICA*, 1-21.
- CFV. (2015). *Corporación Fortaleza del Valle*. Obtenido de <http://fortalezadelvalle.org/>
- Consejo Nacional de Competitividad. (2017). *Índice Global de Emprendimiento*. Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2016/12/%C3%8Dndice-Global-de-Emprendimiento-2017.pdf>
- Correa, A. (2013). Emprendimiento social y filantropía. *Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de <http://riiit.com.mx/Emprendimiento-Social-y-Filantropia>
- Del Valle, Á., & Mezher, T. (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad. *Revista Científica Opción Universidad del Zulia*, 1(2), 162-175. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31045568011.pdf>
- Dess, G. (1998). *The meaning of Social Entrepreneurship*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de DUKE Innovation & Entrepreneurship: <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>
- FAO. (2017). *Indicadores de resultado e impacto*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/componentes/emprendimientos-rurales/indicadores-resultado-e-impacto/es/>
- Formichella, M. (Enero de 2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 24 de Agosto de 2017, de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Fournier, A. (Julio de 2011). Emprendimiento Social. *Documentos de investigación*. Bogota, Colombia: Universidad Central. Recuperado el 24 de Agosto de 2017, de https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_emprendimiento_social_001.pdf

- GEM. (Marzo de 2015). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de ESPAE ESPOL: <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/GemEcuador2015.pdf>
- Guzmán, A., & Trujillo, M. (Diciembre de 2008). Emprendimiento Social. *Science Direct*, 24, 105-125. Recuperado el 24 de Agosto de 2017, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S012359230870055X>
- Martínez, C. (2014). *Emprendimiento Social*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de Universidad de Murcia: <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/39915/1/Catalina%20Nicol%C3%A1s%20Mart%C3%ADnez.pdf>
- Montero, J., & Fuentelsaz, L. (2015). Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores. *Universia Business Review*(47), 14-31. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43341001001.pdf>
- Palacios, G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4). Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000400002
- Ramírez, N., Mungaray, A., Aguilar, J., & Flores, Y. (2017). Microemprendimientos como instrumento de combate a la pobreza. *Revista Innovar Journal*, 27(64), 63-74. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v27n64/v27n64a06.pdf>
- Revista El Agro. (2016). *El cacao nacional una fortaleza en Manabí*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de Revista El Agro: <http://www.revistaelagro.com/el-cacao-nacional-una-fortaleza-en-manabi/>
- Rodriguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Revista científica Pensamiento y Gestión*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/4945>
- Santos, F., Barroso, M., & Guzman, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de economía mundial*, 177-196. Recuperado el 14 de septiembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567010>
- SEPS. (2017). *Caracterización de Cooperativas de la Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de SEPS: [http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/Caracterizacio%CC%81n%20EPS%20\(Corregido\).pdf/57ff7130-aa28-49c5-b5bc-4f64e29c7ddc](http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/Caracterizacio%CC%81n%20EPS%20(Corregido).pdf/57ff7130-aa28-49c5-b5bc-4f64e29c7ddc)