

33º Congreso
Internacional del CIRIEC
Valencia, 13 – 15 junio
de 2022

Nuevas dinámicas mundiales
en la era post-Covid; desafíos para
la economía pública, social
y cooperativa

Emprendimientos en camino hacia un modelo de creación de valor sostenible

Laura Castillo Zoraima Julieta

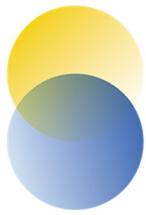
Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú

Callohuanca Avalos Edgar Darío

Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.

Rodríguez Huamani, Rolando Esteban

Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.



Resumen

Hoy en día los emprendimientos se han constituido como uno de los motores del desarrollo, estos dinamizan la economía con la creación de nuevos negocios, promueven competencia y escenarios de cooperación y aumentan los ingresos de las personas. Sin embargo, los últimos acontecimientos que ha vivido el mundo entero han llevado a una reflexión más profunda a los emprendedores que va más allá de los números y que los lleva a cimentar el camino para una inclusión, movilidad social y sostenibilidad. En ese contexto el objetivo de la investigación es: realizar una propuesta de un modelo de creación de valor sostenible para los emprendimientos del departamento de Puno, ubicado al sur del Perú y caracterizado por actividades como artesanía, agricultura y ganadería. Así la investigación se enmarca como una investigación cualitativa – observación participante, la misma que utilizó como técnica la observación para identificar la perspectiva del problema de estos emprendedores e interactuar con ellos para la aplicación de la propuesta; la muestra está constituida por siete asociaciones cuya actividad es en los rubros de cerámica, fibra de totora y línea textil. Los resultados a los cuales se ha llegado es que el modelo propuesto para la creación de valor sostenible consta de cuatro ejes fundamentales como son: prevención de la contaminación, gestión de producto, tecnologías limpias y visión de sostenibilidad, los cuales tienen sus respectivos componentes, delimitados por el uso de recursos y actividades propias de su naturaleza.

Palabras clave: Emprendimientos, creación de valor, sostenibilidad, modelo.

Abstract

Entrepreneurship today has become one of the engines of development, boosting the economy with the creation of new businesses, promoting competition and cooperation scenarios, and increasing people's income. However, the latest events that the entire world has experienced have led entrepreneurs to a deeper reflection that goes beyond numbers and leads them to pave the way towards inclusion, social mobility, and sustainability. In this context, the objective of the research is: to make a proposal for a sustainable model of value creation for the ventures of the department of Puno, located in southern Peru and characterized by activities such as crafts, agriculture, and livestock. Thus, the research is framed as a qualitative research - participant observation, the same one that used observation as a technique to identify the perspective of the problem of these entrepreneurs and interact with them for the application of the proposal; The sample is made up of seven associations whose activity is in the fields of ceramics, reed fiber and textile lines. The results that have been reached is that the proposed model for the creation of sustainable value consists of four fundamental axes such as: pollution prevention, product management, clean technologies, and sustainability vision, which have their respective components., delimited using resources and activities of their nature.

Keywords: Entrepreneurship, value creation, sustainability, model.



Introducción

Sánchez et al. (2010) Los emprendedores vienen enfrentando nuevos retos y formas para administrar y procurar recursos, además de preocuparse por los aspectos ambientales inherentes a la actividad artesanal. Carro et al. (2017) El principal desafío de los emprendedores no radica en optimizar lo que ya hacen, sino definir una teoría, o un conjunto de supuestos interrelacionados, sobre cómo crear un valor superior a los competidores, es decir, lograr una ventaja competitiva. Jal, (2015) así el emprendedor se ha visto obligado a reestructurar su enfoque de creación de valor y a trabajar desde la sostenibilidad. La conjunción de ambas variables resulta en una nueva visión denominada creación de valor sostenible. Mendoza et al. (2017) crear valor sostenible es un concepto integral que pone de manifiesto la necesidad de que todas las organizaciones, sean públicas o privadas, tengan en cuenta las dimensiones ambiental, social, económica y pública a la hora de crear valor ya que las cuatro dimensiones están intrínsecamente ligadas. Bur (2013) cita la teoría planteada por Hart y Milstein, ellos señalan que la capacidad de crear valor sustentable para la empresa y para los distintos stakeholders depende de la gestión efectiva de las tensiones que se producen entre el presente y el futuro, por un lado, y entre los aspectos internos de la misma y su relación con el entorno. Plantean entonces cuatro variables distribuidas un plano de cuatro cuadrantes; el primero refiere a la prevención de la contaminación, el segundo a la gestión de producto, el tercero a “tecnologías “limpias” y finalmente el cuarto a visión de sustentabilidad.

Sobre la prevención de la contaminación, Sánchez et al. (2010) Los emprendedores como depositarios del uso y la distribución de los recursos, tanto el género masculino como el femenino son responsables de los cambios ambientales que han afectado el planeta, ya sea por el manejo ambiental o por la creación de normas ambientales de salud y bienestar. Bur (2013) la amenaza que supone la generación de residuos y la contaminación como consecuencia de la industrialización puede transformarse en una oportunidad para las empresas debido a que la prevención de la contaminación permite reducir costos y riesgos. Velázquez et al. (2004) existe factores que determinan una conducta ambiental responsable de los emprendedores artesanos, los factores que de acuerdo con la teoría son las prácticas de conservación, la preocupación ambiental y el interés para preservar y conservar el medio ambiente, por lo que resulta importante conocer como la conducta ambiental que manifieste y muestre el emprendedor artesano tiene relación con las prácticas de ecoeficiencia en la elaboración de sus piezas artesanales. Oliveros (2012) afirma que muchas veces la utilización de energéticos sucios, generan residuos que contaminan el ambiente, causando deterioro de la salud de sus trabajadores y por ende disminuyendo la calidad de vida personal y colectiva. Piñeiro & Romero (2010) al respecto infiere que la innovación es una variable que interviene en la relación género-comportamiento ambiental, ya que suprime los efectos de una variable sobre la otra. Sucede lo mismo cuando se controla por innovación en el producto.



Acerca de la gestión de producto. Alegre et al. (2006) en la actualidad, la gestión de empresas responsables está cobrando mayor interés en las empresas. Sin embargo, es importante destacar que no se debe ver como simple filantropía, sino como una nueva forma de analizar el desempeño de la organización desde cuatro perspectivas diferentes y complementarias: la económica (relativa a la necesidad de que la empresa sea rentable para perdurar en el tiempo), la social (para atender los impactos tanto internos como externos de esta índole que pudieran presentar las operaciones de la empresa), la ambiental (para cuidar el impacto que pudiera ejercer la operación de la empresa sobre el ambiente y los recursos naturales) y la institucional (para fomentar su desarrollo como parte de la cultura empresarial). Gil & Barcellos (2011) así la gestión de productos es una función organizativa que guía cada etapa del ciclo de vida de un producto, desde el desarrollo, hasta el posicionamiento y la fijación de los precios, centrándose en el producto y en sus clientes, antes que nada. Pedroni et al. (2017) la gestión responsable del producto está totalmente incorporada en nuevas estrategias y políticas de Seguridad, Salud y Medio Ambiente de la empresa. Se define como la "responsabilidad de controlar y minimizar todos los posibles riesgos para la seguridad y los efectos adversos a la salud humana o animal y el medio ambiente, que pueden ser causados por (sustancias presentes en) productos a lo largo de la cadena de valor". Lara (2021) para el caso de artesanías refiere que conocer las características de la alpaca, sus formas de uso, su manipulación y almacenamiento determina que los artesanos puedan reducir la cantidad de material empleado, puedan estar conscientes de las bondades del material en cuanto a las prendas que se pueden elaborar con esta. Para el aprovechamiento del material de la alpaca se requiere conocer el origen de este (proveedores), el proceso de trasquilado, lavado, e hilado esto garantiza la calidad de las prendas y artesanías, así como el conocimiento del proceso artesanal (la tradición del tejido y sus características), la elaboración de dichas prendas que ayudara a minimizar recursos como; material prima, mano de obra y por ende la reducción de costos para un mayor beneficio a la comunidad.

Al respecto de Tecnologías limpias, Rojas et al. (2011) las recomendaciones de los consumidores extranjeros, especialmente el europeo, es que las prendas deben tratarse con tintes orgánicos o naturales, no de producción química o sintética, siguiendo las especificaciones de los agentes certificadores oficiales. Jiménez et al. (2008) resalta entonces las tecnologías limpias que son aquellas que aplicadas no producen ningún efecto secundario o transformación sobre el equilibrio ambiental o sobre los sistemas naturales a los que se integran. Herrera & Parra (2017) refiere que los procesos bioquímicos, actualmente es una metodología de producción más limpia que viene cobrando mucha importancia, prueba de ello son las diferentes investigaciones y experimentos que se han realizado en diferentes procesos productivos. Guerrero (2007) menciona a equipos de tinturado de artesanías que hacen uso de la metodología del tinturado tradicional con la nueva tecnología a gas combustible que se ven reflejada en el medio ambiente y la calidad de vida del artesano por el uso de tecnologías más eficientes y limpias. Sánchez et al. (2010) menciona a ceramistas de quienes sus acciones los han llevado a elaborar productos amigables con el ambiente, ya que han reducido el consumo de insumos tóxicos (esmalte con plomo), reduciendo el daño a los bosques de pino y encino con el remplazo de hornos de leña por hornos de gas, y han contribuido a



mejorar la salud, al reducir los niveles de contaminación de los productos y también al exponerse menos a las actividades de producción de contaminantes. Pacheco et al. (2009) si lo artesanal persiste en la construcción de su identidad, actualiza su memoria tecnológica y hace uso de los servicios ambientales de la región, bajo un balance eco tecnológico, puede afrontar los retos del mercado en la óptica de un modelo estratégico sostenible.

En cuanto a visión de sostenibilidad, Rodríguez (2016) los efectos perjudiciales de las actividades empresariales pueden asumir gran variedad de formas. El deterioro del capital natural y social radica en su irreversibilidad parcial y, además, tiene consecuencias no lineales. Albors et al. (2006) y Rodríguez (2016) resaltan como mejor alternativa al emprendimiento sostenible, porque integra lo social, ecológico y financiero. Chirinos et al. (2017) el emprendimiento sostenible es una forma de organización para el avance económico y la generación de empleos; así como para la creación de bienes y servicios que satisfagan las necesidades actuales sin comprometer las futuras. Complementan Hockerts & Wüstenhagen (2010). desde la perspectiva sistémica es lógico que la empresa deba establecer un equilibrio con su entorno, pues en la medida en que éste se mantenga sano y productivo, la empresa tendrá mayores posibilidades de desarrollo, incluso, la habilidad del emprendedor para reconocer y aprovechar oportunidades está condicionada por el contexto local y su estructura social. Rodríguez (2016) los consumidores y las instituciones tienen en cuenta el comportamiento social y ambiental de la empresa para tomar decisiones de compra, en este sentido ha aumentado su racionalidad económica orientada hacia la sostenibilidad presente y futura en la toma de decisiones de compra o inversión, de esta manera, se convierten en veedores del cumplimiento de compromisos, en su mayoría tácitos, sociales y medioambientales. Pacheco et al. (2009) la sostenibilidad de lo artesanal supone el ingreso a dinámicas de mercado global de manera competitiva e innovadora lo que exige por parte de los artesanos patrones productivos que consideren los elementos clave: artefactos(artesanías) que surgen de una memoria cultural, una tecnología representada en la acumulación de un conocimiento tradicional aplicado a un objeto y los recursos naturales que garanticen la permanencia de un capital natural, factor importante para la permanencia de los productos artesanales tradicionales.

Bur (2013) la inclusión de la sostenibilidad en las estrategias de las empresas de la industria textil y de la indumentaria, representa una nueva concepción de los negocios que exige un cambio profundo de paradigma. El mismo, implica una modificación de los valores y la cultura organizacional, lo que requiere un liderazgo para que pueda concretarse. Este nuevo modelo de negocios implica un enfoque en procesos operativos que utilicen tecnologías “limpias”, en la eficiencia del uso de la energía, en la utilización racional de los recursos naturales, en el desarrollo de productos sustentables y en la implicación de los empleados y otros grupos de interés, con el objetivo de beneficiar a la sociedad. En el contexto descrito el propósito de esta investigación es proponer un modelo de creación de valor sostenible para los emprendimientos de artesanías del departamento de Puno.



Métodos

Ámbito de Estudio

El departamento de Puno está ubicado al extremo sur este del Perú, entre los 13°00'00" y 17°17'30" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Está subdividido en 13 provincias y 110 distritos, distribuidos así: Puno 15 distritos, Azángaro 15, Carabaya 10, Chucuito 7, El Collao 5, Huancané 8, Lampa 10, Melgar 9, Moho 4, San Antonio de Putina 5, San Román 5, Sandía 10 y Yunguyo 7.

Puno es una de las regiones con gran variedad de actividades artesanales. Estas pueden ser rastreadas desde la época prehispánica, pues en algunos casos los productos artesanales se siguen elaborando con las mismas técnicas y materiales de aquellos tiempos, lo que nos da una idea de su prolongada continuidad cultural. Entre las actividades artesanales tenemos: la cerámica, la textilera y los trabajos en fibras vegetales que se han desarrollado también de forma significativa, como los tejidos en paja, ichu y totora.

Muestra

El tipo de muestreo es de avalancha, bola de nieve o muestreo en cadena. Atendiendo a que las investigaciones cualitativas suelen evitar las muestras probabilísticas, puesto que lo que se busca son buenos informantes, es decir, personas informadas, lúcidas, reflexivas y dispuestas a hablar ampliamente con el investigador Martín-Crespo & Salamanca (2007).

En base a lo anterior la muestra está compuesta por 07 asociaciones, 04 de ellas conformadas íntegramente por mujeres y 02 por varones y mujeres, como se detalla a continuación:

- Asomar - llave
- Kori Kullakas - Mañazo
- Nueva Esperanza – Pilcuyo
- Chullpas Aimara – Molloco
- Virgen del Rosario – Huantacachi
- Cerámica Lupaca – Pallalla
- Eco Artesanías de totora Titicaca – Chimu

Instrumento

La investigación se enmarca en un estudio cualitativo – observación participante, para ello la interacción social entre el investigador y los informantes permitió la recolección de datos de modo sistemático y no intrusivo. El periodo de estudio está comprendido de los meses de julio hasta setiembre del año 2021.

Resultados

En este apartado se muestra una aproximación teórica a la creación de valor sostenible y el modelo propuesto como objetivo de la investigación.

El modelo está basado en lo que afirma Bur (2013), quien resalta la teoría planteada por Hart y Milstein que proponen cuatro ejes fundamentales, siendo el primero la **prevención de la contaminación**: La amenaza que supone la generación de residuos y la contaminación como consecuencia de la industrialización puede transformarse en una oportunidad debido a que la prevención de la contaminación permite reducir costos y riesgos. En ese contexto el modelo sugiere que los componentes para este eje son: la focalización de grupos de interés, la



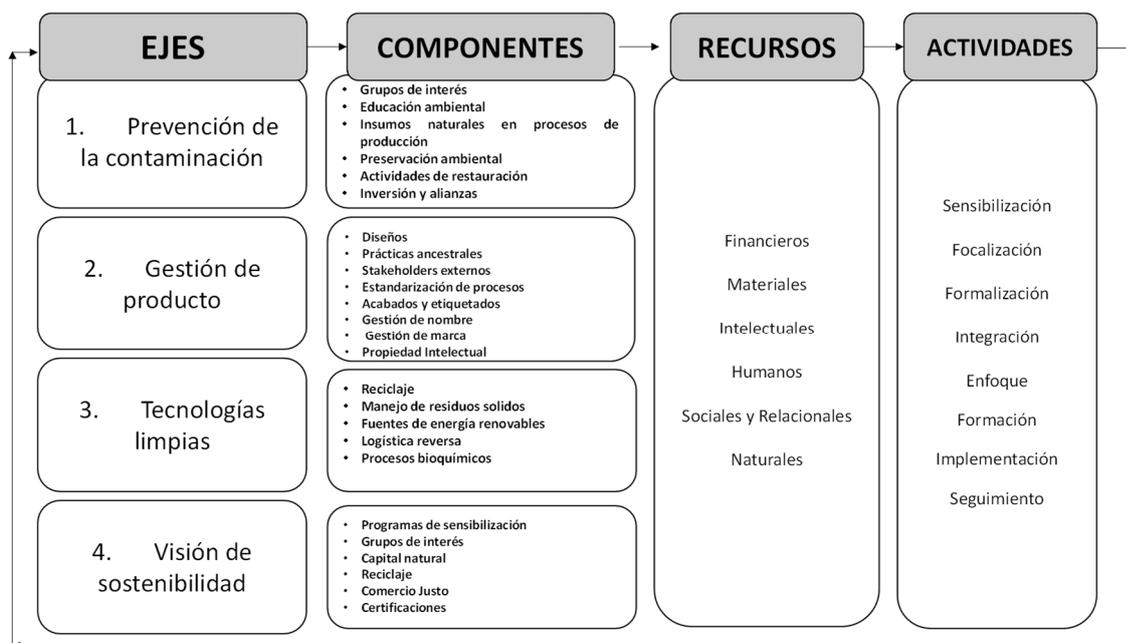
formación e implementación de programas de educación ambiental, la implementación del uso exclusivo de insumos naturales en procesos de producción, la integración de programas de preservación ambiental, actividades de restauración e inversiones y alianzas.

El segundo eje: **La gestión de producto** se extiende desde el acceso a las materias primas, continúa con las operaciones y la logística y finaliza con la entrega de este. Este proceso se caracteriza por la reducción del impacto ambiental en toda la cadena de valor. Por otra parte, la gestión de producto incorpora la voz de los stakeholders externos en el negocio. Esto permite legitimizar las operaciones a través la interacción efectiva con los mismos, aumentando la reputación de la empresa. Incluye también componentes como la sensibilización para el uso de diseños y procesos que contemplen las practicas ancestrales, la implementación de los estándares de producción acabados y etiquetados; formalización de nombre, marca, envases, etiquetas y el registro de propiedad intelectual.

El tercer eje: **tecnologías limpias**, referido a aquellas amigables con el medio ambiente que reposicionan a la empresa para el crecimiento futuro. Incluye componentes como la innovación para crear productos, sensibilización de un trabajo bajo el enfoque de reciclaje y manejo de residuos sólidos, integración de fuentes de energías renovables en procesos de producción, así como de la logística reversa y finalmente la implementación de procesos bioquímicos.

Finalmente, el cuarto eje refiere a la visión de sostenibilidad: La empresa tiene una visión de sostenibilidad cuando aplica una forma de capitalismo más inclusiva caracterizada por la focalización el diálogo y la colaboración con stakeholders así también la formalización de programas de reciclaje, la producción bajo enfoques de revalorización del capital natural y comercio justo.

Figura 1.



Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

En base a la observación de las actividades de las asociaciones que conforman la muestra se ha logrado establecer el modelo de creación sostenible fundamentado en cuatro ejes; prevención del medio ambiente, gestión de producto, tecnologías limpias y visión de sostenibilidad; cada uno de estos ejes tienen sus respectivos componentes, así como también hacen uso de recursos como los financieros, materiales, intelectuales, humanos, sociales y relacionales y finalmente los naturales; el modelo requiere actividades como sensibilización, focalización, formalización integración, enfoque, formación, implementación y seguimiento.

Referencias

- ALBORS, J., HERVAS, J. L., & MARQUEZ, P. (2006). Adopción contingente de tecnología de producción en el sector cerámico español: Un estudio empírico. *Boletín de La Sociedad Española de Cerámica y Vidrio*, 45(5), 338–345. <https://doi.org/10.3989/cyv.2006.v45.i5.274>
- ALEGRE, J., CHIVA, R., & LAPIEDRA, R. (2006). La innovación de productos en el sector cerámico: un análisis de las empresas más innovadoras y menos innovadoras. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 15(4), 55–68. https://www.researchgate.net/publication/28185724_La_innovacion_de_productos_en_el_sector_ceramico_un_analisis_de_las_empresas_mas_innovadoras_y_menos_innovadoras
- BUR, A. (2013). Marketing sustentable. Utilización del marketing sustentable en la industria textil y de la indumentaria. *Centro de Estudios En Diseño y Comunicación*, 1, 133–142. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4200817>
- CARRO, J., Reyes, B., Rosano, G., Garnica, J., & Pérez, B. (2017). Modelo de desarrollo sustentable para la industria de recubrimientos cerámicos. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 33(1), 131–139. <https://doi.org/10.20937/RICA.2017.33.01.12>
- CHIRINOS, Y. DEL V., PÉREZ, C. M., MARTÍNEZ, C. Y., & MERIÑO, V. H. (2017). Emprendimiento sostenible: una visión integral en la gestión del conocimiento. *Revista de Geografía Agrícola*, 58, 47–54. <https://doi.org/10.5154/r.rga.2017.58.004>
- GIL, A., & BARCELLOS, L. (2011). Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI. *Revista Galega de Economía*, 2, 1–22. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39121262007>
- GUERRERO, J. E. (2007). *Aplicación de planes de innovación y desarrollo tecnológico en las unidades productivas indígenas, rurales y urbanas del país, que desempeñan los oficios de la cerámica, la alfarería, la cestería y la madera*. <https://repositorio.artesaniadescolombia.com.co/bitstream/001/4852/1/INST-D%202007.%202017.pdf>
- HERRERA, M., & PARRA, P. (2017). *Nuevas tecnologías para una producción mas limpia*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14334/1/UPS-GT001912.pdf>



- JAL, R. (2015). Transformando talento en organizaciones sustentables: el desarrollo de emprendimientos de la economía creativa. *FACES*, 44, 113–123. <http://www.perfil.com/columnistas/Argentina-cuarto-exportador-de-formatos-de-TV-del->
- JIMÉNEZ, J. C., DOMÍNGUEZ, M. L., & MARTÍNEZ, C. J. (2008). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Pensamiento y Gestión*, 26, 1–26.
- LARA, P. (2021). *Gestión de materiales provenientes de la alpaca aplicada a la producción de productos artesanales. Caso de Estudio Comunidad Pulingui, Cantón Guano* [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8372/1/5.-TESIS%20Paulina%20Lara-DP-MDGD.pdf>
- MARTÍN-CRESPO, C., & SALAMANCA, A. B. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *Nure Investigación*, 27(1), 1–4.
- MENDOZA, E., BOZA, J., ESCOBAR, H., & MACÍAS, G. (2017). El marketing verde como generador de valor superior en los emprendimientos. *Revista Órbita Pedagógica*, 4(2). <http://refcale.ulead.edu.ec/index.php/enrevista/article/view/2242/1175>
- OLIVEROS, A. (2012). *Mejora en la gestión de las energías renovables en la micro y pequeña empresa en el Perú (MYPE)* [Universidad de Piura]. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1847/MAS_GAA_014.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PACHECO, J. C., GÓMEZ, G., & BARRERO, G. (2009). El desafío de las comunidades artesanales rurales: una propuesta ecotecnológica para una artesanía sostenible. *Acta Agronómica*, 58(3), 206–220. <http://www.scielo.org.co/pdf/acag/v58n3/v58n3a13.pdf>
- PEDRONI, F., PIÑEIRO, V., & DUTRA DE BARCELLOS, M. (2017). Innovación y creación de valor compartido en el agronegocio argentino: Un estudio de caso. *Revista Brasileira de Gestao e Inovacao*, 4(2), 148–174. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4355>
- PIÑEIRO, J., & ROMERO, N. (2010). Metodologías de creación de valor sostenible para proyectos de energías renovables. *Nimbus*, 25, 187–204. https://www.researchgate.net/publication/277268040_Metodologia_de_creacion_de_valor_sostenible_para_proyectos_de_energias_renovables/citation/download
- RODRÍGUEZ, D. C. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones *. *Revista Katharsis*, 21, 419–448. <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>
- ROJAS, O., MÁVILA, D., & ROJAS, N. (2011). Insumos ecológicos en la serigrafía textil: Caso peruano. *Industrial Data*, 14(1), 34–41. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622582006>
- SÁNCHEZ, P., DOMÍNGUEZ, M. L., & DE LA PAZ, J. (2010). Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro. *Gestión y Política Pública*, 19(1), 79–110. <http://www.scielo.org.mx/pdf/gpp/v19n1/v19n1a3.pdf>
- VELÁZQUEZ, R. M., DOMÍNGUEZ, MARÍA LUISA, & HERNÁNDEZ, J. DE LA P. (2004). *La Ecoeficiencia en la competitividad de los negocios de Artesanías* (Academia de Ciencias



33º Congreso
Internacional del CIRIEC
Valencia, 13 – 15 junio
de 2022

Nuevas dinámicas mundiales
en la era post-Covid; desafíos para
la economía pública, social
y cooperativa

Administrativas, Ed.).
086_Rosa_Mar__a_Vel__zquez_S__nchez.pdf

[https://www.acacia.org.mx/busqueda/pdf/13-](https://www.acacia.org.mx/busqueda/pdf/13-086-Rosa-Mar__a_Vel__zquez_S__nchez.pdf)