

1ra Edición
2023

La mujer Y EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ECUADOR

Aprendizaje

Y

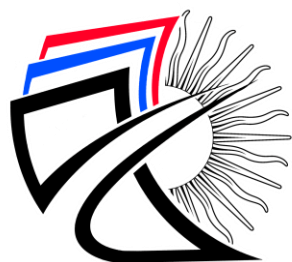
desarrollo

DE

competencias

**LA MUJER Y EL
EMPRENDIMIENTO SOCIAL
EN EL ECUADOR:**

**Educación y desarrollo de
competencias**



**PUERTO MADERO
EDITORIAL**

**LA MUJER Y EL
EMPRENDIMIENTO SOCIAL
EN EL ECUADOR:**

**Educación y desarrollo de
competencias**

AUTORES:

Procel Silva María Alexandra
Jácome Tamayo Sandra Patricia
Valverde Aguirre Paulina Elizabeth
Cevallos Vique Víctor Oswaldo



La mujer y el emprendimiento social en el Ecuador : educación y desarrollo de competencias / Maria Alexandra Procel Silva ... [et al.] ; editado por Juan Carlos Santillán Lima ; Daniela Margoth Caichug Rivera. - 1a ed revisada. - La Plata : Puerto Madero Editorial Académica, 2023.
Libro digital, PDF/A

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-82816-6-7

1. Emprendimientos. 2. Educación. I. Procel Silva, Maria Alexandra. II. Santillán Lima, Juan Carlos, ed. III. Caichug Rivera, Daniela Margoth, ed.
CDD 338.04



Licencia Creative Commons:

Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Primera Edición, Febrero 2023

LA MUJER Y EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL ECUADOR:
Educación y desarrollo de competencias
ISBN: 978-987-82816-6-7

Editado por:

Sello editorial: ©Puerto Madero Editorial Académica
N° de Alta: 933832

Editorial: © Puerto Madero Editorial Académica

CUIL: 20630333971

Calle 45 N491 entre 4 y 5

Dirección de Publicaciones Científicas Puerto Madero Editorial

Académica

La Plata, Buenos Aires, Argentina

Teléfono: +54 9 221 314 5902

+54 9 221 531 5142

Código Postal: AR1900

Este libro se sometió a arbitraje bajo el sistema de doble ciego (peer review)

Corrección y diseño:

Puerto Madero Editorial Académica

Diseñador Gráfico: José Luis Santillán Lima

Diseño, Montaje y Producción Editorial:

Puerto Madero Editorial Académica

Diseñador Gráfico: Santillán Lima, José Luis

Director del equipo editorial: Santillán Lima, Juan Carlos

Editor:

Santillán Lima, Juan Carlos

Caichug Rivera, Daniela Margoth

Hecho en Argentina

Made in Argentina

AUTORES:

María Alexandra Procel Silva

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Panamericana Sur Km 1
½, (EC060155), Riobamba, Ecuador.

maprocels@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0001-5926-1481>

Sandra Patricia Jácome Tamayo

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Panamericana Sur Km 1
½, (EC060155), Riobamba, Ecuador.

sandra.jacome@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-5096-7274>

Paulina Elizabeth Valverde Aguirre

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Panamericana Sur Km 1
½, (EC060155), Riobamba, Ecuador.

paulina.valverde@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0003-0458-7083>

Víctor Oswaldo Cevallos Vique

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Panamericana Sur Km 1
½, (EC060155), Riobamba, Ecuador.

vicevallos@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0001-5525-5818>

Contenido

INTRODUCCIÓN	XV
CAPÍTULO I	1
EMPRENDIMIENTO SOCIAL	1
1.1 DEFINICIÓN	1
1.2 CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR SOCIAL.....	2
1.3 EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LATINOAMÉRICA.....	3
1.4 EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL ECUADOR.....	4
1.5 ENFOQUE SOCIAL VS ENFOQUE DE MERCADO	6
1.6 CONSTRUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LA COMUNIDAD	8
1.7 EMPRENDIMIENTO INNOVADOR Y CREATIVO EN LA COMUNIDAD	10
1.8 EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO EN LATINOAMÉRICA.....	11
1.9 EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO EN EL ECUADOR.....	13
1.9.1 <i>Emprendimiento social en la gestión comunitaria de organizaciones de mujeres....</i>	<i>14</i>
1.9.2 <i>Gestión comunitaria y emprendimiento social femenino.....</i>	<i>16</i>
1.10 EMPRENDIMIENTO PERSONAL.....	18
1.11 DIFERENCIAS ENTRE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.....	19
1.12 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: SECTOR PÚBLICO	20
1.13 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: SECTOR PRIVADO.....	20
1.13.1 <i>Tipos de entidades sociales privadas.....</i>	<i>21</i>
1.14 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: MIXTAS	22
1.15 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.....	23
1.15.1 <i>Análisis retrospectivo y prospectivo del emprendimiento social: la economía popular y solidaria en el Ecuador</i>	<i>24</i>
1.16 SISTEMAS ECONÓMICOS DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.....	25
1.16.1 <i>ASOCIACIONES.....</i>	<i>25</i>
1.16.2 <i>COOPERATIVAS.....</i>	<i>27</i>
1.16.3 <i>MUTUALISTAS.....</i>	<i>30</i>
CAPÍTULO II	35
CULTURA EMPRENDEDORA.....	35
2.1 IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR.....	35
2.1.1 <i>Características del emprendedor.....</i>	<i>37</i>
2.2 DEFINICIÓN DE CULTURA EMPRENDEDORA	37
2.2.1 <i>Elementos de la cultura emprendedora empresarial</i>	<i>38</i>
2.2.2 <i>Elementos de la cultura emprendedora individual.....</i>	<i>38</i>
2.3 CONDICIONES PARA UNA CULTURA EMPRENDEDORA	39
2.3.1 <i>Factores que dificultan la cultura emprendedora</i>	<i>39</i>
2.4 EVALUACIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA	40
2.5 FACTORES DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA	40

2.6 PROMOVRIENDO ACTITUDES EMPRENDEDORAS	41
2.6.1 <i>Aptitud y actitud emprendedora</i>	42
2.7 BARRERAS DE EMPRENDIMIENTO.....	43
2.8 LÍMITES Y BARRERAS PARA UNA MUJER EMPRENDEDORA.....	44
CAPÍTULO III	51
POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL ECUADOR DIRECCIONADAS A MUJERES CON EMPRENDIMIENTOS SOCIALES.....	51
3.1 DESARROLLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN ECUADOR	51
3.2 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	54
3.3 EMPRENDIMIENTO FEMENINO	56
3.3.1 <i>La mujer y su rol en el emprendimiento</i>	57
3.3.2 <i>Importancia del emprendimiento femenino</i>	58
3.4 EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN ECUADOR.....	59
3.4.1 <i>Estructura social del emprendimiento ecuatoriano enfocado en el género</i>	61
3.5 DESARROLLO TERRITORIAL A TRAVÉS DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LAS MUJERES.....	63
3.6 GÉNERO: COMO FACTOR CONDICIONANTE DEL EMPRENDIMIENTO	65
3.7 EMPRENDIMIENTO DE GÉNERO EN AMÉRICA LATINA	66
3.8 EMPRENDIMIENTO DE GÉNERO EN ECUADOR.....	68
3.9 EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES A TRAVÉS DEL EMPRENDIMIENTO	69
3.9.1 <i>Estrategias de emprendimiento femenino desde el empoderamiento</i>	72
3.10 MUJERES LÍDERESAS REPRESENTANTES DE ORGANIZACIONES EN EL ECUADOR.....	74
3.11 FINANZAS INCLUSIVAS PARA MUJERES EMPRENDEDORAS	80
3.12 EXPERIENCIAS DE EMPRENDIMIENTO LIDERADOS POR MUJERES	84
3.12.1 <i>FLORASANA</i>	85
3.12.2 <i>TE QUIERO VERDE</i>	86
3.12.3 <i>CHOCOLATES PACARI</i>	87
3.12.4 <i>FLORAROMA</i>	88
3.12.5 <i>SULA SUSTAINABLE BEACHWEAR</i>	89
3.12.6 <i>PLATAYUC</i>	90
3.12.7 <i>PROYECTO FORSANDINO</i>	91
3.12.8 <i>ASOCIACIÓN DE MUJERES INDÍGENAS MUSHUK KAWSAY</i>	92
3.12.9 <i>ECOVIE</i>	92
3.12.10 <i>RED DE MUJERES LÍDERES (RML)</i>	93
CAPITULO IV	95
DESARROLLO DE COMPETENCIAS BÁSICAS PARA EL EMPRENDIMIETO SOCIAL	95
4.1 DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS.....	95
4.2 PERFIL DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS.....	97
4.3 MODELO DE ENSEÑANZA POR COMPETENCIAS.....	98
4.4 COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR	99
4.4.1 <i>Competencias Blandas</i>	100
4.4.2 <i>Competencias Profesionales</i>	108

BIBLIOGRAFÍA.....	115
DE LOS AUTORES	125
MARÍA ALEXANDRA PROCEL SILVA.....	125
SANDRA PATRICIA JÁCOME TAMAYO.....	125
PAULINA ELIZABETH VALVERDE AGUIRRE.....	126
VÍCTOR OSWALDO CEVALLOS VIQUE.....	126

INTRODUCCIÓN

Mediante la presente investigación se ha evidenciado los aspectos importantes del emprendimiento social y el liderazgo que las mujeres desde épocas atrás han desarrollado incansablemente. Se puede manifestar que el emprendimiento social se ha posicionado dentro del ámbito socioeconómico del Ecuador ya que ayuda a las personas a generar negocios que promuevan la innovación y competitividad en los mercados, además, la economía se diversifica exponencialmente, pues según expertos en la materia afirman que el Ecuador es uno de los mejores entornos para emprender.

A pesar de la existencia de políticas y entidades públicas direccionadas a la ayuda de mujeres con emprendimientos sociales, estos no se aplican de la manera adecuada por lo que se reduce la cantidad de mujeres que optan por realizar esta clase de emprendimiento. Al analizar la realidad de la legislación ecuatoriana nacional y local, se determinó que todavía se requiere mejoras en cuanto al diseño, evaluación y ejecución de estas; así como una mayor articulación entre las políticas emitidas por los gobiernos locales y el gobierno central.

En el análisis de los factores psicológicos, tanto los hombres como las mujeres emprendedoras presentan altos niveles de confianza en sí mismos; un mayor deseo de encontrar la independencia económica, lo cual, tiene un impacto positivo en la vida y la autoestima de las mujeres emprendedoras. Por otro lado, el miedo al fracaso como obstáculo para el emprendimiento muestra una mayor prevalencia en las mujeres.

Los estereotipos de género parecen influir en el desarrollo de diferentes percepciones entre hombres y mujeres sobre sus capacidades y preferencias para el desarrollo empresarial. Entre las barreras que la mujer emprendedora tiene que superar, se encuentra la responsabilidad de las tareas de hogar y la crianza de los hijos, que la posicionan en un escenario en el cual requieren más inversión de tiempo y energía para aprovechar o generar oportunidades de negocio.

Por otra parte, se ha planteado el concepto del liderazgo de la mujer de la mejor manera posible manifestándonos que no sólo es el reconocimiento de sus derechos, sino que

también es el poder que tienen para cambiar el curso de una empresa, entidad o de la misma sociedad, fomentar un desarrollo significativo en el ámbito social, económico y cultural de nuestro país, llegando finalmente a determinar que una mujer es parte fundamental e importante en la sociedad y en nuestro país, debido a que con su carácter sus valores y su responsabilidad aportan significativamente a la mejora del Ecuador.

Se concluye que dentro del emprendimiento los actores son individuos que tienen el deseo de tomar riesgos y hacer algo de la nada, de igual forma son líderes en sus comunidades que buscan mejorar sus vidas y las vidas de quienes los rodean. Es por ello, que se hace un aporte indeleble a la mujer empoderada, diversas mujeres han triunfado sin importar los obstáculos, gracias a sus ideas y emprendimientos, que marcan diferencias y que son ejemplo de superación, motivando a la sociedad para llevar a cabo proyectos que permiten alcanzar sueños.

CAPÍTULO I

EMPRENDIMIENTO SOCIAL

1.1 DEFINICIÓN

El emprendimiento social o también llamado *social entrepreneurs*, resulta ser complejo, se podría pensar que es un concepto nuevo, sin embargo, es un tipo de emprendimiento que viene evolucionando desde hace mucho tiempo atrás; tiene como objetivo generar valor social al detectar necesidades y solucionarlas de manera innovadora para mejorar la calidad de vida de las personas. (Escamilla, y otros, 2015).

La globalización ha impulsado a los países en vías de desarrollo a que el emprendimiento social desarrolle proyectos sostenibles creando un valor económico, atrayendo la atención del público y apoyando a varios proyectos que impulsen el cambio a través de la creatividad e innovación, generalmente buscan emprender negocios con impactos sociales positivos en temas como: medio ambiente, pobreza y desigualdad social. (Moreno, 2018).

Según Rivera & Vega, (2015) el emprendimiento social se define como la creación de proyectos y organizaciones cuyo objetivo no es el beneficio individual sino la transformación y la mejora de la sociedad. Se ha convertido en un factor clave para afrontar los constantes desafíos sociales, es por ello importante identificar las necesidades sociales, buscar soluciones innovadoras y planificar un impacto social a largo tiempo.

Sus características principales son:

- Organizaciones auto sostenibles, escalables y que generan utilidades para seguir transformando el tipo de emprendimiento que han escogido
- Proporciona soluciones innovadoras a los problemas sociales como la lucha contra el hambre, la pobreza, la exclusión social, las enfermedades, la educación, el cambio climático, entre otras dificultades que enfrenta la sociedad
- El emprendimiento social utiliza una empresa como medio para lograr sus objetivos
- Coloca siempre sus acciones sociales como prioridad, en lugar de los fines de lucro

- Oferta empleos y oportunidades de crecimiento profesional a las personas con ideas innovadoras.
- El objetivo principal debe ser el cambio social y la creación de valor para la sociedad

1.2 CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR SOCIAL

- Crea y sostiene valor agregado social para la ciudadanía.
- Reconoce y persigue nuevas oportunidades para satisfacer una necesidad.
- Sigue un proceso de innovación, adaptación y aprendizaje continuo.
- Actúa con audacia y sin estar limitado por los recursos que actualmente posee.
- Posee un alto sentido de la responsabilidad hacia los grupos atendidos y los resultados obtenidos.

El emprendimiento social es fundamental para la creación de empleo y desarrollo de la sociedad, para satisfacer las necesidades económicas con un valor agregado con innovación y creatividad, usando los recursos naturales de la localidad, preservando las costumbres y tradiciones del sector, aplicando riqueza social ambientalmente aceptable y gestionando de manera eficaz los recursos de estas organizaciones. Para lograr estos objetivos requiere de políticas, conocimiento sobre procesos de producción, capacitación en áreas de gestión, comercialización y exportación de productos, entre otros aspectos; para así posicionar sus productos y servicios en el mercado local e internacional.

En este tipo de emprendimientos no se busca inversionistas, por el contrario, se gestiona patrocinios que son la parte primordial de la empresa, como también las promociones o los aportes voluntarios que puedan ser brindados por parte del gobierno o a su vez de organizaciones del sector privado, las ganancias generadas en este tipo de emprendimientos no son solo para un líder, sino para toda la comunidad que de una u otra manera ha aportado con un granito de arena para su consecución.

El emprendimiento social es una ideología de impacto social e innovación que apoya a los sectores excluidos, ayudando a reducir la desigualdad social a través del desarrollo y la búsqueda de oportunidades; el conseguir emprender ayuda a que se pueda construir, evaluar y buscar oportunidades para cambios sociales los mismos que ayudarán

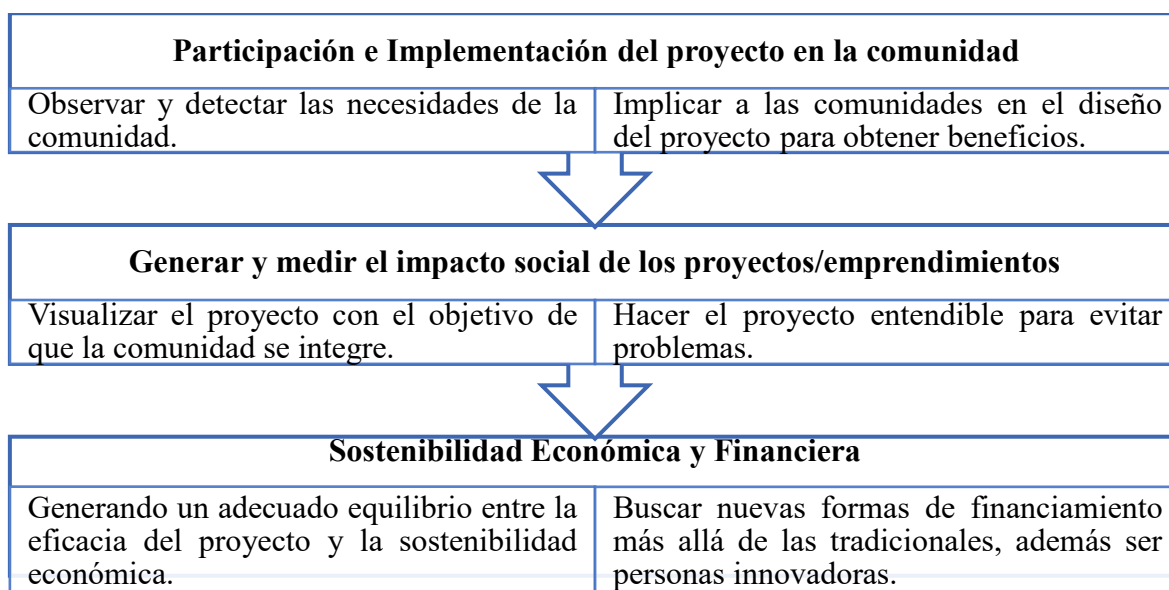
a una transformación que estará dirigida por las personas con una dedicación visionaria y entusiasta (Granda & Macías, 2017).

1.3 EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LATINOAMÉRICA

En el contexto regional de Latinoamérica, se evidencia un gran número de emprendedores por habitante, sin embargo; se flaquea en el aspecto de la innovación. En específico, la intención de generación de un emprendimiento por parte de las mujeres se ve reducido en comparación con la de los hombres a nivel mundial y en el Ecuador, esto debido principalmente a la existencia de la falsa percepción de una menor capacidad de manejo de finanzas, tecnología y autosuficiencia hacia el género femenino.

Pero cuando se habla de un emprendimiento de carácter social, esta relación de emprendedores/habitante se ve considerablemente reducida, y más aún cuando se limita el horizonte de análisis a únicamente mujeres con emprendimientos sociales.

Figura 1. Características para un emprendimiento social



Fuente: elaborado por los autores

En la figura 1, se observa la caracterización de un emprendimiento social. Los países latinoamericanos arrastran problemas relacionados con la pobreza, deficiencia en la educación y salud, entre otros, es por esa razón que se habla de “Emprendimiento”, de manera que se ha demostrado que la gran parte de la población adulta tiene la iniciativa de crear una empresa ya sea por una motivación y entusiasmo y otros por necesidad o lo que se define como tendencia del entorno que se refiere a la realidad de cada persona por

la falta de empleo, escasas oportunidades en el sector público, bajos niveles de educación, etc. También se puede determinar que no existe el apoyo económico, político y social, lo cual dificulta la generación de nuevos emprendimientos; a pesar de ello, existen varios emprendedores con cualidades y atributos únicos que han logrado innovar productos y servicio, ya que actualmente se vive una época de transformaciones en que los emprendedores forman parte integral de estos procesos de cambio y mejora para los sectores menos favorecidos.

Además, el reciente aumento del desempleo desde que estalló la crisis provocada por la pandemia ha provocado un desajuste entre la demanda de puestos de trabajo que requieren un cierto nivel de cualificación y la oferta existente, ya que las empresas no pueden satisfacer su demanda laboral y sus necesidades de habilidades, lo que provoca una reducción en la motivación y el esfuerzo de los empleados. Esta situación afecta negativamente la competitividad y el crecimiento económico.

A causa de esto muchos países Latinoamericanos, se han convertido en objetivos de inversión, especialmente de los países extranjeros. Asimismo, gracias a los avances tecnológicos actuales, la globalización ha conquistado el mundo, aumentando así la necesidad de competencias empresariales a nivel internacional; generando así un ambiente de estrategias sostenibles que solucionan problemas socioeconómicos y ha ampliado la gama de oportunidades para que un negocio sea exitoso.

Según Prado (2018) en Latinoamérica el 42% de emprendedores sociales son mujeres, también hace referencia a las expectativas de crecimiento por parte de los emprendedores en donde el 40% de emprendimientos sociales generan más de 5 empleos. La búsqueda de financiamiento es un reto para todo emprendedor social ya que deben financiar su emprendimiento con medios propios y en algunas ocasiones con la ayuda de familiares y amigos.

1.4 EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL ECUADOR

En el Ecuador no se empieza a fomentar el apoyo gubernamental hacia los emprendimientos hasta después de la década de los 90, época en la que eran llamados “Proyectos de Emprendimiento”, ya que anteriormente a la fecha eran denominados proyectos de inversión a baja escala.

A pesar de que en el Ecuador se ha incrementado enormemente el número de emprendimientos, 3.6 millones de emprendimientos nuevos del 2017 al 2019 según Lasio y otros (2020), al mismo tiempo se ha incrementado el porcentaje de la población que se encuentra desempleada o con empleos precarios. Esto se debe principalmente a que las personas en el contexto del Ecuador no emprenden por un sentimiento de autosuficiencia o búsqueda de generación de empleo, sino simplemente por necesidad y falta de disponibilidad de plazas de empleo formal en el sector público o privado.

En Ecuador se puede apreciar que el emprendimiento social es muy importante, debido a la demanda social y la necesidad de generar negocios con ideas innovadoras con la aplicación del conocimiento tradicional; surgen como respuesta a las necesidades que la sociedad ha ido desarrollando como por ejemplo el cuidado del medio ambiente, tema sobre el cual cada vez hay mayor conciencia sobre su protección y cuidado.

En la figura 2, se observan las fortalezas y debilidades del entorno ecuatoriano para el desarrollo del emprendimiento:

Figura 2. Fortalezas y debilidades para emprender en Ecuador



Fuente: (Altamirano, y otros, 2018)

También es de suma importancia recalcar que el emprendimiento va de la mano con causas sociales, culturales y a su vez comunitarias. A través de este tipo de emprendimientos se han creado diversas empresas muy rentables tanto para la economía en general, como para las personas que aportan en ellas, haciendo que mejore su imagen ante la sociedad.

La Innovación de productos y procesos, crecimiento del mercado interno e internacionalización y un capital de riesgo; son los pilares necesarios para lograr empresas de calidad. En este caso inciden en alto grado la baja capacidad de transferencia de tecnología, así como la limitada inversión en I+D.

Dos factores importantes para fortalecer el papel del emprendimiento en el desarrollo de la producción es la internacionalización y el fuerte crecimiento. Ambos están entre los más bajos de los últimos dos años (Moreira, y otros, 2018).

El valor social debe entenderse como el valor que crean las Empresas Sociales como servicio o producto y su capacidad de encontrar y solucionar problemas sociales y promover la integración de los grupos más vulnerables, contribuyendo a la mejora del bienestar social y del desarrollo socioeconómico del país.

En este sentido, hablar del valor social y económico del emprendimiento social significa reconocer su carácter interdisciplinario y su complejidad; demuestra la necesidad de difundir una amplia gama de innovaciones, información y recursos técnicos que puedan ser reconfigurados de tal manera que puedan ser adaptados y utilizados por grupos marginales; y finalmente, construir un movimiento de alianzas con organizaciones públicas y privadas que ayuden a resolver los problemas más graves de la sociedad.

1.5 ENFOQUE SOCIAL VS ENFOQUE DE MERCADO

Es importante recalcar que en la actualidad la formación de emprendedores ya no es empírica, el emprendimiento ha sido incluido en el currículo de la mayor parte de Instituciones de Educación Superior (IES) del Ecuador, con el objetivo de generar competencias profesionales que le permitan a los estudiantes y futuros profesionales afrontar con mayor éxito los desafíos de iniciar y desarrollar su propio negocio y no depender exclusivamente de un empleo, cada vez más escaso. Los estudiantes a lo largo de su formación profesional deben desarrollar y demostrar sus cualidades empresariales.

En la tabla 1, se analiza las diferencias entre el enfoque social y el enfoque de mercado, considerando los principios, la naturaleza y los fines del emprendimiento.

Tabla 1. Enfoque social vs enfoque de mercado

DIMENSIÓN	ENFOQUE SOCIAL	ENFOQUE DE MERCADO
PRINCIPIOS	Inclusión, justicia social, cooperación, solidaridad, igualdad. Economía social. Valor social. Emprendimiento social. Tejido social. Estructura social.	Libertad, equidad, seguridad. Economía de mercado. Valor económico. Emprendimiento empresarial. Tejido empresarial. Estructura empresarial.
NATURALEZA	Cultura participativa. Dinámica social. Grupos vulnerables. Demandas sociales.	Cultura individualista. Dinámica empresarial. Grupos económicos. Demandas de mercado.
FINES	Transformación social. Progreso social. Desarrollo social. Generación de empleo. Generación de oportunidades. Creación de empresas. Innovación social.	Transformación socio económica. Progreso económico. Desarrollo económico. Generación de empleo. Generación de oportunidades. Creación de empresas. Innovación empresarial.

Fuente: (Granda Carlos & Macías Fernando, 2017)

La heterogeneidad de la socioeconomía y la solidaridad requiere una sólida base teórica y conceptual interdisciplinaria para explicar aspectos de la empresa social, dándole a esta su naturaleza y finalidad de manifestarse como un modelo de desarrollo alternativo, en el que se busca armonizar y complementar el valor económico y social del emprendimiento basado en principios de cooperación, solidaridad y reciprocidad.

1.6 CONSTRUCCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LA COMUNIDAD

Desde tiempos desconocidos las personas han tratado de sobrevivir de cualquier manera, por lo que su creatividad e ingenio ha logrado que diversas y nuevas cosas se creen y traigan consigo nuevas formas de trabajo, claro está que todo emprendimiento no está destinado a triunfar ya que mucho de estos han fracasado debido a varios factores financieros, tecnológicos y de mercado y una de las razones fundamentales están ligadas a la parte cultural que hace que las personas al mínimo tropiezo abandonan su emprendimiento al no considerar que los pequeños “fracasos”, son eslabones a superar para llegar al éxito.

Para ser un buen emprendedor hay que ser un gran líder, sin embargo, es la comunidad la parte fundamental en los emprendimientos ya que sin un grupo de personas que compren o adquieran un producto o servicio sería imposible de llevarlo a cabo. Los miembros de la comunidad siempre eligen el producto o servicio que más les convenga tanto en precio como en calidad, ya que un producto o servicio puede tener el mismo valor, pero no la misma calidad y viceversa, la innovación y la creatividad de cada emprendedor siempre está en función del conglomerado social al que pretendemos satisfacer sus necesidades. En otras palabras, será necesario conocer para quién estamos elaborando el producto o servicio, qué es lo que necesita el cliente, porqué lo necesita y para quién lo necesita.

Para hablar de emprendimiento, se debe considerar las aportaciones de la comunidad a la que direcciona el desarrollo económico, social y cultural; sumando la fuerza que impulsa el aprendizaje de nueva información, la adaptabilidad a la tecnología, la competencia y la mente innovadora.

A nivel mundial actualmente todas las comunidades enfrentan cambios frecuentes en el manejo y mantenimiento económico, con la única finalidad de garantizar su bienestar y su supervivencia; la globalización empresarial busca satisfacer la oferta y la demanda de productos y servicios, innovando sus estrategias en respuesta a la realidad de los diferentes nichos de mercado. Dentro de una comunidad son distintas las condiciones o los factores influyentes en el emprendimiento, puesto que la creación de nuevas ideas para tener rentabilidad dependerá de los nichos de mercado a los que se expongan; todo

esto se complementa con la estimulación, motivación, instrucción, costumbres y expectativa de la sociedad, afines a la actividad emprendedora.

En las dos últimas décadas muchos de los países se han focalizado en el desarrollo del emprendimiento debido a la falta de plazas laborales, lo que lo ha convertido en una parte importante del desenvolvimiento socioeconómico, además, de ser un soporte sinérgico e integral para generar la inclusión de actores que implementan políticas públicas, dándole mayor importancia a la práctica real del emprendimiento en la sociedad (Duarte & Ruiz, 2009).

Existen grandes emprendedores como Steve Jobs fundador de Apple, Mark Zuckerberg fundador de Facebook, Bill Gates fundador de Microsoft, Jeff Bezos fundador de Amazon entre muchos otros personajes célebres, que hicieron nuestra vida más fácil generando bienestar y desarrollo económico mediante creación de sus propias empresas, no obstante para alcanzar el éxito, tuvieron que vencer grandes barreras y obstáculos , con altos y bajos, llegaron a ser reconocidos mundialmente por la sociedad y sin su aporte hoy en día sería muy difícil poder conllevar una vida plena.

Por otro lado, el emprendimiento posee diferentes factores que juegan a favor o en contra, presentando obstáculos o limitantes según su estructura social. Se debe tener en cuenta que la situación económica de cada continente y a su vez de cada país que lo integra, influenciara mucho la actitud de una comunidad para emprender. Por lo tanto, todo negocio al empezar va a ser pequeño, y las posibilidades de expandirse o crecer dentro de una comunidad dependerá de que tan buena haya sido planteada la idea, respecto a las necesidades de su entorno.

La visión de la actividad emprendedora en varias comunidades alrededor del mundo, no parecen tener mucho éxito debido al desigual desarrollo económico, tecnológico y cultural. Muy pocos negocios de países en vías de desarrollo alcanzan a sobrevivir y a sobresalir dentro y fuera de su ambiente social. Lamentablemente, algunos negocios alcanzan el éxito mundial aplastando derechos de las comunidades y sobreexplotando recursos de su ambiente.

A causa de los motivos anteriormente mencionados, el emprendimiento poco a poco se convierte en un complemento de la comunidad, puesto que la mano de obra está siendo sustituida a pasos agigantados por la tecnología, a esto se le suma el

encarecimiento de la vida, la explotación e inseguridad laboral. Sin embargo, la comunidad debe contar con el apoyo gubernamental, como una estrategia transversal de cada organización, que garantice un desarrollo del negocio. Siendo así, el emprendimiento podrá desarrollarse juntamente con la comunidad, porque tanto el emprendedor brinda oportunidades para el desarrollo social y económico de su entorno y a su vez la comunidad motiva al emprendedor a seguir asumiendo retos y adquiriendo habilidades para la creación de nuevos proyectos que beneficien a la misma. Esto en resumen es lo que se conoce como desarrollo sostenible y sustentable (Del Valle & Mezher, 2015).

1.7 EMPRENDIMIENTO INNOVADOR Y CREATIVO EN LA COMUNIDAD

La innovación y la creatividad son destrezas y habilidades que hay que desarrollarlas en todas las actividades que realizamos en nuestro diario vivir; si hablamos de los emprendimientos, son los factores claves a tener en cuenta para que los producto o servicio no sean uno de los tantos que ya existen.

Si realizamos una retrospectiva histórica podemos visualizar, analizar y darnos cuenta de cómo la tecnología se ha ido arraigado en todos los aspectos de nuestro diario vivir, el avance tecnológico determina la calidad de vida y alcanzará en el futuro niveles inconmensurables. La calidad de vida que hoy disfrutamos ha sido desarrollada por emprendedores que tuvieron una visión hacia el futuro, y que seguirán avanzando a pasos agigantados hacia horizontes insospechados que esperamos sean para crear bienestar, equidad y desarrollo armónico para toda la humanidad.

La innovación posee una estrecha relación con el emprendimiento en el actual mundo globalizado, en el cual es importante la oferta de nuevos productos, que requieren de nuevas formas de producción y eficientes estructuras de organización.

Para Gámez, J. & Cortés J. (2018), la innovación social brinda al emprendedor herramientas que le permiten potenciar su iniciativa, y lograr un mayor entendimiento de su entorno, a fin de conseguir nuevos aliados estratégicos, aprovechar nichos de mercado o promover su actividad en sectores específicos de la sociedad.

Imagen 1. La ruta de la innovación social



Fuente: (Gámez, J. & Cortés J., 2018)

Como se observa en la Imagen 1, la innovación social es diferente de otros tipos de innovación en sus fines y en sus medios, persigue reducir las brechas sociales y económicas, fortalecer los esfuerzos tanto públicos como privados para la creación compartida de valor, a través de la comprensión de los cambios globales que exigen un aprendizaje constante, para interactuar en los mercados cada vez más competitivos.

1.8 EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO EN LATINOAMÉRICA

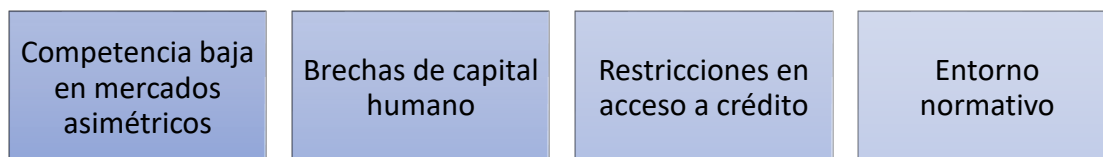
El emprendimiento en Latinoamérica por mucho tiempo ha sido una de las características más representativas de la economía, esto debido a los altos niveles de desempleo en los que está inmerso la región, por lo que el autoempleo se ha convertido en una alternativa para la obtención de ingresos.

La comunidad latinoamericana en la última década ha mejorado su imagen emprendedora, al manifestarse iniciativas de comercio, el cual cubre el 64% en nuevos emprendimientos y 56% en empresas ya establecidas. Este caso es comparable con el continente asiático y solo por unos 20 puntos se diferencia de Estados Unidos (Zamora, 2018).

Los avances en participación laboral femenina en la región han sido notables en los últimos años, llegando a un promedio de 57%, que, sin embargo, aún está lejos del más de 85% de participación de los hombres. Bien conocidas son las estadísticas respecto

a la brecha salarial, la concentración femenina en sectores más vulnerables a las crisis económicas, factores culturales que limitan la potenciación del talento humano, etc. (Guerra & otros, 2011).

Figura 3. Factores que afectan el emprendimiento en América Latina



Fuente: elaborado por los autores

Los avances en participación laboral femenina en la región han sido notables en los últimos años, llegando a un promedio de 57%, que, sin embargo, aún está lejos del más de 85% de participación de los hombres. Bien conocidas son las estadísticas respecto a la brecha salarial, la concentración femenina en sectores más vulnerables a las crisis económicas, factores culturales que limitan la potenciación del talento humano, etc. (Guerra & otros, 2011).

Por consiguiente, en base a la información descrita se puede expresar que el emprendimiento se considera como un estilo de vida, que no todas las personas están dispuestas a adoptarlo por su falta de confianza en ellos mismos. En ese sentido, se comprende que el entorno del individuo será el que lo va a ir moldeando para ser capaz de tomar retos, por lo que es necesario tener espacios formativos para obtener capacidades, habilidades y conocimientos, fomentando el emprendimiento a través de proyectos, planes y programas que van a beneficiar a sus comunidades.

Además, se debería tomar en cuenta la importancia de la educación en el desarrollo del emprendimiento y el papel que juega las distintas instancias y niveles de educación formal e informal de la sociedad.

En el ámbito de la educación formal las instituciones educativas de nivel inicial, primario, medio y superior deben abordar el tema del emprendimiento social como un sistema incluyente, e incluirlos como un eje transversal de sus propuestas y proyectos educativos, con ello se fortalecerá la cultura social del emprendimiento tanto de los niños, jóvenes y adultos.

Por otra parte, está la educación informal, es decir aquella que le corresponde a la sociedad y cuando hablamos de la sociedad es necesario recordar que el pilar fundamental de la misma está en la familia, en el hogar, en el núcleo de la sociedad es necesario generar las condiciones necesarias para que los niños, adolescentes y jóvenes adquieran los valores para aprender a ser solucionadores de problemas, a ser creativos, aportantes de iniciativas que les permitan valorar el esfuerzo, el sacrificio, el riesgo como partes fundamentales del éxito, la concurrencia de estos factores, determinarán una sociedad emprendedora, productiva y exitosa.

1.9 EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO EN EL ECUADOR

En Ecuador el emprendimiento ha tomado mayor dirección en lo referente a servicios comerciales, aprovechando así la oportunidad de realizar otro tipo actividades para generar más ingresos, lograr independencia económica y el cumplimiento de las necesidades.

En el caso particular de Ecuador, surge mayoritariamente el emprendedor por necesidad, que, a pesar de tener grandes recursos en materia prima, posee también obstáculos pequeños y grandes, que se encuentran en el camino para alcanzar el éxito; estas comunidades tienen que enfrentar períodos de tiempos inciertos, lo cual les exige sobrellevar la supervivencia de sus negocios al límite. Lamentablemente al no prever la poca rentabilidad de sus ideas, el fracaso los absorbe y la quiebra suele ser inevitable.

El sector que más trabajos produce es el educativo, en donde a través de los modelos educativos se desprenden proyectos y colaboraciones con empresas y la sociedad. En igual proporción se encuentran los sectores industriales, comercial, trabajos conjuntos y por último la agroproducción (Cajas, Ponce & Arteaga, 2022).

En el Ecuador que es un país en desarrollo se ha implementado en la educación planes de estudio en donde se les enseña a los estudiantes como emprender y crear nuevos negocios y empresas para que los estudiantes tengan más alternativas que solo la contratación en un sector público o privado y así tengan sostenibilidad monetaria, también se desarrolló proyectos del gobierno como Fondo Emprende Ecuador, el cual destinó recursos económicos en calidad de préstamos y al cual pueden postular todas las personas que tengan en mente su plan de negocios y así desarrollar su emprendimiento y obtener una mejor vida con la generación de nuevos empleos para la comunidad.

1.9.1 Emprendimiento social en la gestión comunitaria de organizaciones de mujeres

Al hablar de emprendimiento se puede mencionar que es la acción humana para producir respuestas alternas a las existentes, potencializando su necesidad de satisfacer al consumidor con nuevos productos e ideas. Es así como la gestión comunitaria impulsa estrategias que permitan promover el fortalecimiento del emprendimiento. Ahora bien, al centrarnos en las mujeres emprendedoras se conoce que a nivel mundial y nacional tienden a formar una parte importante en el desarrollo de la comunidad, ya que con el pasar de los años también han llegado a formar un impulso en las actividades financieras, contrariamente a la ideología que se tenía y aún se conserva en algunos hombres, al creer que la mujer debe tener un rol en las tareas del hogar, el ser madre y esposa.

La mujer como emprendedora se ve influenciada del entorno donde habitan, estas mujeres al formar parte de una organización desarrollan temas desde diferentes puntos de vista, tales como el del sentido práctico, innovador y solidario, logrando incentivar estrategias que contribuyan a mejorar su forma de vida.

Desde la antigüedad el machismo ha caracterizado a las mujeres como el “sexo débil”, influenciado su vida hacia limitaciones; en la actualidad se busca una igualdad de género dentro del emprendimiento, impulsando que tanto hombres como mujeres busquen una idea y comiencen su actividad emprendedora. Themudo, N. (2009), menciona que la actitud de los hombres frente a un negocio o emprendimiento se inclina más al sector económico, pero las mujeres buscan a través de sus ideas el bien comunitario.

A nivel mundial las mujeres conducen la economía, controlando alrededor de 20 billones de dólares, esto representa el 40% del trabajo mundial, el actuar de la mujer se ha ido desarrollando a través del tiempo, éstas han sido motivadas a realizar otro tipo de funciones que les beneficie económicamente, porque en la mayoría de ocasiones éstas han presentado baja economía para su supervivencia y la de su hogar, sin embargo, el tener buenas ideas de negocio y practicarlos, resulta un reto porque se necesita oportunidades para alcanzar sus metas y propósitos.

La actuación de la mujer en el emprendimiento ha ayudado a la economía, sostenibilidad y conservación del ambiente, pero la falta de empleo y la discriminación salarial, ha obligado a crear autoempleo dependiendo las condiciones globales y sociales

de la actualidad, para hacerse visibles ante la sociedad. Si una mujer está buscando una oportunidad individualmente, resulta difícil, pero si en base a una organización de varias mujeres se busca un bien común, significa que tendrá mayor fuerza de ser atendida, es ahí la importancia de las organizaciones comunitarias.

La construcción de las organizaciones comunitarias lideradas por mujeres en el sector público y privado, requieren de un esfuerzo coordinado para transformar la realidad y generar acciones que promuevan el desarrollo de la comunidad o transformación social, a través de procesos de participación ciudadana, comercialización de productos y servicios, para obtener competitividad (Medina, 2014).

Por otro lado, es importante mencionar como el desarrollo de la comunidad depende de los emprendimientos, y las relaciones de la misma comunidad, a través de un trabajo en conjunto, el desarrollo además busca satisfacer las necesidades y demandas de la comunidad, generalmente, en el Ecuador la venta de comidas típicas, bisutería, artesanías, entre otras, son las actividades que la mayoría de mujeres hace, pero sin embargo, existen mujeres que se dedican a la educación, finanzas, medicina y demás ramas que marcan un precedente de desarrollo en la sociedad. Por esta razón, es necesario que se potencie el financiamiento, a través de apoyo financiero, capacitaciones y cursos según las necesidades del mercado, es importante estimular a las mujeres para iniciar un emprendimiento generando cambios desde grupos pequeños hasta una comunidad en general.

A lo largo de los años la participación de la mujer en actividades comunitarias ha sido relevante para el desarrollo de una comunidad o área geográfica específica, a pesar de esto, no ha existido un reconocimiento justo a esta labor y mucho menos una remuneración digna para el género femenino. Esto ha surgido desde una problemática social enraizada en el machismo y en un sistema socioeconómico patriarcal, consecuentemente se ha visualizado el trabajo de la mujer como una obligación de género y más no como un aporte válido para la construcción de un sistema social.

Es importante entender el antecedente conceptual que divide a varones y mujeres al momento de emprender una actividad económica, ya que, según Themudo (2009), los hombres suelen buscar actividades que generen rentabilidad y bonanza económica, mientras que, en el caso de las mujeres, se inclinan a cubrir las necesidades de los suyos,

teniendo así un comportamiento más solidario, tanto con su núcleo familiar como con su entorno comunitario.

Por lo tanto, se enfocan en mostrar las acciones que han posicionado a la mujer como un ente activo, participativo y generador de un nuevo movimiento socioeconómico que aporta significativamente al desarrollo de su comunidad; todo esto con el ejemplo de varias poblaciones ecuatorianas en donde se ha logrado este cometido.

En definitiva, el emprendimiento femenino es de gran importancia para el desarrollo de comunidades que buscan su bienestar mediante la participación efectiva en el mercado, sin embargo, se presentan diferentes obstáculos para las mujeres a la hora de emprender lo que genera la búsqueda de nuevas oportunidades y mecanismos para fortalecer su posibilidad de crecimiento económico; las organizaciones en su gestión buscan el mismo propósito, fortalecer el género femenino para llegar a conseguir un objetivo en común.

1.9.2 Gestión comunitaria y emprendimiento social femenino

Rosales Chávez (2015) menciona que, la gestión comunitaria es un conjunto de acciones y estrategias impulsadas por las autoridades locales, la cual tiene como orientación la consecución de un objetivo, además que permita resolver problemas específicos. También, menciona que las mujeres deben descubrir su rol de importancia, diseñando estrategias de gestión comunitaria que les permita fortalecer sus habilidades al momento de emprender a través de capacitación y charlas.

Al centrarnos en la gestión comunitaria se puede decir que esta busca cumplir con el fortalecimiento de los emprendimientos en este caso de las mujeres, a través de un esquema con la intervención de representantes comunes, mediante el uso de recursos o medios y ejes estratégicos, donde la mujer llegue a tener una posición en correspondencia a la realidad del sector en busca del desarrollo del emprendimiento, y así resolver sus necesidades, sin que exista barreras para progresar, con trabajo colaborativo y cooperativo, con dedicación, esfuerzo y decisión; logrando así la aparición de nuevas iniciativas, fortaleciendo la formación de proyectos y la generación de redes de emprendimiento, produciendo efectos positivos para el desarrollo socioeconómico de la comunidad.

En su estudio Briones Caicedo et. al. (2021) menciona que en el emprendimiento femenino existe poca presencia de hombres acompañantes, por varios motivos tales como muerte del acompañante, o separación por patriarcalismo y machismo que no acepta de alguna manera a la mujer emprendedora y más aún si denota alguna mayor superioridad en iniciativas y en proyectos de vida. Además, que la gestión comunitaria en el emprendimiento es aquella gestión en la que numerosos elementos simples y complejos interactúan entre sí, teniendo como objetivo central que las comunidades puedan administrar de forma sostenible y eficiente los recursos del sistema con equidad social, por lo tanto, la mujer emprendedora debe ser eficiente, capaz de tomar de decisiones y mantener el control de los recursos financieros, técnicos y personales.

En este contexto, se puede mencionar que el emprendimiento femenino se considera una actividad autónoma que nace por el sentido y deseo de supervivencia que hasta el día de hoy se ha mantenido, y que la mujer debe de enfrentarse al mundo muchas de las veces como madre soltera, ya que son muy pocos los hombres que desean quedarse acompañar a su pareja al desarrollar una idea proveniente de ella.

Contextualizando se ha comprobado que las mujeres que han experimentado el proceso del emprendimiento han generado cambios que al final suman a la gestión comunitaria abriendo puertas a otros escenarios que permitan la innovación y la sostenibilidad de sus emprendimientos.

Sin duda alguna, también se puede argumentar que las mujeres emprendedoras al ser parte de un emprendimiento social deben ser hoy en día visionarias, con gran expectativa de crecer, desarrollarse y llegar a ser exitosas empresarias, coexisten algunos retos para poder lograr este objetivo personal y comunitario como el nivel de pobreza y el desconociendo que muchas de las veces no permite a la mujer llevar a cabo ideas innovadoras, este problema se centra especialmente en zonas rurales donde las mujeres aprenden en sus hogares variadas habilidades manuales como tejer, cocinar, bordar, coser, entre otras, pero lo realizan a manera de pasatiempo, sin verlo como un negocio mediante la elaboración de productos de calidad, esto debido que desconocen técnicas avanzadas que les permita realizar sus productos a mayor escala, por lo que es ideal promover el fortalecimiento de la gestión empresarial y las capacidades técnicas en las mujeres de

escasos recursos, logrando que generen un nivel de ingreso mayor y mejoras en las condiciones de vida de su familia.

Cabe recalcar que el impulso y fortalecimiento en el desarrollo de actividades económicas rentables y sostenibles por parte de la mujer debe ir acompañado con la gestión de sus iniciativas de sus emprendimientos y mejora de pequeños negocios, mediante un acompañamiento técnico permanente que aporte un mejor manejo de los procesos de producción, así como un asesoramiento para la gestión administrativa, comercial y contable de sus negocios. Como tal se debe educar a la mujer y su comunidad en temas de emprendimiento, para iniciar en estas personas un espíritu emprendedor, con ideología de crear y que sus ideas de generar servicios y bienes sean materializadas con éxito.

Ahora bien, la mujer al ser una líder no asume unas características del emprendedor tradicional dedicado simplemente a tener un beneficio económico como único fin. Debe tener características del emprendimiento social femenino y estas son:

- Adoptar la misión de crear y sostener un valor social: llegando a reconocer y perseguir nuevas oportunidades.
- Proceso de aprendizaje continuo, de innovación y adaptación: capacitación continua en temas de interés relacionado con la actividad comercial.

1.10 EMPRENDIMIENTO PERSONAL

El emprendimiento de cada persona se crea a partir de algunas motivaciones tales como: ser su propio jefe, innovar algún producto, tener su propio ingreso económico que es una de las principales razones por la que las personas desean emprender; aunque hay muchos otros factores en cuanto a la posibilidad de desarrollar su propia marca y posesionarse en el mercado buscando un reconocimiento social. La parte fundamental del emprendimiento personal también es la generación de una gran cantidad de empleo, lo cual repercute directamente en el desarrollo y la calidad de vida de una comunidad.

Según Duarte & Ruiz, (2009), el emprendimiento inicia siempre con el impulso personal del individuo que es capaz de tomar riesgos y hacer algo original ya sea partiendo de la nada o utilizando algo ya creado, es decir, que tiene la capacidad de generar nuevas ideas que no solamente transforman un problema en una oportunidad, sino que a la par

va rediseñando su estilo de vida y la de su comunidad. Por otra parte, la comunidad es un grupo de seres humanos que tienen un sentido de pertenencia y comparten intereses comunes, actividades sociales, valores, necesidades, idiomas, religiones, tareas o ubicación geográfica; asimismo son capaces de interactuar regularmente compartiendo tradiciones, creencias, culturas, entre otros (Padilla & Samuel, 2019).

1.11 DIFERENCIAS ENTRE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.

Cuando se trata de analizar influencia de las políticas públicas para el desarrollo de emprendimientos sociales enfocado a las mujeres, es importante establecer la diferencia entre el emprendimiento social y privado, recalcando que se centra principalmente en la denominada “motivación del emprendimiento” que forma parte del ciclo del emprendimiento.

La “motivación del emprendimiento” es la primera fase del proceso de emprender, y es en sí la parte actitudinal del mismo, en la cual se representa el compromiso de la persona con su proyecto o idea de empresa (Sánchez y otros, 2016). En caso de que este sea de carácter productivo, esta motivación será principalmente la dinamización y mejora de la economía ya sea comunitaria o personal, más comúnmente el emprendedor productivo se enfoca más en el desarrollo personal. Por otra parte, en el caso de emprendimientos de carácter social, la motivación principal es el beneficio de la sociedad, sin obtener un beneficio económico del mismo, de allí que se les da el nombre de instituciones sin fines de lucro.

Es en este punto de la motivación en el que la mayoría de los emprendimientos de tipo social flaquean y se derrumban para ser olvidados, puesto que no todos los seres humanos tenemos la fortaleza mental, ética y de solidaridad como para llevar a cabo un trabajo tan arduo como la creación de un emprendimiento social que beneficie a los demás sin dejar nada o casi nada como rédito económico al emprendedor, esta característica es común tanto en hombre como en mujeres. Esto puede cambiar mediante una educación direccionada al emprendimiento y la solidaridad hacia los sectores más vulnerables.

Esta realidad en el Ecuador permanece a pesar de que el Observatorio PyME perteneciente a la UASB-E, YABT y MIPRO en el año 2014 determinaron que 8 de cada 10 planes en el Ecuador contruidos con el fin de impulsar el emprendimiento social, se mantienen y permanecen en la fase inicial de los mismos, es decir la parte motivacional.

El emprendimiento tanto social como productivo aporta al desarrollo económico de los países y este se ha visto fortalecido por las políticas públicas de los gobiernos a nivel mundial y nacional. Si bien cuando se habla de aportar al desarrollo socioeconómico de una nación, se tiene en cuenta principalmente los emprendimientos de tipo productivo; sin embargo, no pueden descuidarse los de carácter social que también son de gran importancia puesto que el desarrollo de un país no es tan solo económico, sino eminentemente social, ambiental, cultural, etc., y los emprendimientos sociales son los encargados de desarrollar estos aspectos en una sociedad.

1.12 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: SECTOR PÚBLICO

El Ecuador a pesar de ser un país que empezó a visualizar muy tarde el fortalecimiento de los emprendedores, de a poco ha mejorado con la creación de organismos públicos que han generado acciones que permiten contar con políticas públicas, permitiendo e impulsando el desarrollo social y económico de sus territorios. Los gobiernos seccionales: Gobiernos Autónomos Descentralizados provinciales, municipales, y parroquiales se han constituido en organismos impulsores del desarrollo local y regional en base al impulso y apoyo al emprendimiento; utilizando como pilares fundamentales las organizaciones públicas y aprovechando convenientemente las fortalezas productivas, culturales de sus territorios.

En esta última década, se ha venido reformulando y aprobando nuevas leyes y reglamentos que permitan regular el proceso, de tal forma que la producción, distribución, intercambio, comercio, consumo y sus externalidades, se vuelvan más dinámicas y direccionadas a tener un buen vivir. En el marco regulatorio, es el COOTAD, el cual permite fomentar la productividad de los gobiernos provinciales y municipales, siendo así más cercano el desarrollo de las nuevas microempresas, trabajando de manera más acelerada en el dinamismo de la economía del entorno social; y que se puedan abrir a nuevos mercados, con el tiempo se verá el cambio empresarial dentro del país.

1.13 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: SECTOR PRIVADO

En Ecuador existen muchas empresas sociales que son de propiedad privada, actualmente existen alrededor de 4.500 empresas sociales registradas, encontrándose en

todos los sectores de la economía e incluyen tanto organizaciones con fines de lucro como sin fines de lucro.

Las empresas privadas son creadas por personas particulares, su capital no pertenece al Estado y aunque tienen que cumplir algunos requisitos que el mismo les impone para trabajar con libertad, como, por ejemplo, pagar los impuestos y asegurar prestaciones y seguridad física a sus empleados, son libres de tomar sus decisiones internamente sin intervenciones del Estado. (Abreu Quintero, 2011)

Las organizaciones privadas suelen estar formadas por un grupo de socios, aunque en ocasiones son propiedad de un único inversor; y son el pilar fundamental de la economía de un país cuya finalidad es de ayudar a la sociedad, buscando un beneficio mutuo, mejorando su situación de exclusión en la sociedad ya sea promoviendo o diseñando proyectos, analizando necesidades con el objetivo de una mejor integración social.

Figura 4. Tipos de empresa social

Entidades sociales privadas	Iniciativas corporativas	Organizaciones sin fines de lucro
• Organizaciones con una misión social. • Producen bienes y servicio para el mercado.	• Son iniciativas lideradas por una corporación. • Brindan beneficios a sus empleados, proveedores y clientes.	• Estas organizaciones no tienen la finalidad de obtener ganancias. • Su objetivo es ayudar y proteger a las personas que no pueden o no están en posibilidades de obtener algún tipo de ayuda humanitaria.

Fuente: elaborado por los autores

1.13.1 Tipos de entidades sociales privadas

- Emprendedor social: donde es la persona que tiene una visión o una idea para crear un negocio que mejorará la vida de los demás y, al mismo tiempo generará ganancias.

- Inversor social: un inversor social invierte dinero en empresas que son socialmente responsables.
- Cooperativa social: es una organización en la que los miembros comparten la propiedad y el control de sus operaciones, de forma similar a como uno posee acciones en una empresa.
- Capitalista de riesgo social: es aquel que invierte dinero.

1.14 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: MIXTAS

En el Ecuador la subsecretaría de emprendimientos y gestión del conocimiento del Ministerio de Inclusión Económica y Social, gestiona entre otros aspectos: políticas, planes, programas, estrategias y proyectos para el desarrollo y mejoramiento de los emprendimientos sociales en base a la economía mixta, impulsando el aumento de ingresos, generando espacios de comercialización y el fortalecimiento de capacidades de la población, estableciendo mecanismos de evaluación y monitoreo con el fin de que la población ecuatoriana de a conocer los distintos tipos de emprendimientos contando con asesoramiento y seguimiento de los proyectos para su correcto desarrollo y aprovechamiento. (Subsecretaría de emprendimientos y Gestión del Conocimiento, 2021)

En el Ecuador se desarrollan distintos tipos de emprendimiento social gracias al aprovechamiento de los recursos naturales, económicos y humanos los cuales necesitan de apoyo de las distintas organizaciones gubernamentales y de la ciudadanía para poder surgir, una manera de hacerlo es “consumir lo nuestro” apoyando a nuestros productores; pero la problemática en los emprendimientos sociales se basa en el desconocimiento de cómo llevar a cabo un emprendimiento y los recursos que se deben emplear, muchos jóvenes cuentan con conocimientos pudiendo crear emprendimientos, pero su dificultad es económica, por ello se han creado créditos los cuales son accesibles para la población que quiera emprender solo hace falta compromiso y buena voluntad para llevar a cabo los objetivos que el productor se plantee.

La situación del desempleo juvenil es un problema que enfrenta nuestro país en la actualidad por lo que se debe fomentar el emprendimiento en los jóvenes por medio de estrategias para integrarlos al mercado laboral aprovechando su potencial por medio de

programas educativos y formación emprendedora donde los jóvenes puedan adquirir conocimientos habilidades para su desarrollo, ya que se evidencia temor al fracaso al momento de pensar en la realización de crear un emprendimiento, la situación actual de COVID – 19 impone políticas de trabajo remoto e impulso a crear nuevos emprendimientos y formas de trabajo teniendo que adaptarnos a las nuevas modalidades, el ministerio del Trabajo remitió el Acuerdo Ministerial MDT – 2020 – 076 con la norma técnica de implementación y ejecución del proyecto de “Empleo Joven” para el emprendimiento juvenil, siendo este un paso inicial para incentivar a que se realicen emprendimientos sociales a gran escala (Soledispa & otros, 2022).

1.15 FORMAS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ECUADOR: ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Los índices de pobreza en América Latina han aumentado, los cuales recaen en las zonas rurales, y a pesar de las políticas implementadas por los países aún no se ha podido eliminar la causa de esta situación; el origen se remonta a la época colonial y se refleja en la actualidad la desigualdad estructural y de intercambio disparaje. En estas condiciones, los países de la periferia son los más afectados, ya que el crecimiento económico depende claramente de la explotación de los recursos naturales, apoyado en un modelo económico productivo predominantemente extractivo (Gómez et al., 2021).

En tal sentido, hace énfasis a la política de fomento del emprendimiento en el sector económico popular y solidario como estrategia para contribuir al combate a la pobreza, así como a la creación de nuevas fuentes de empleo, permite distinguir y analizar el impacto real del modelo económico solidario. Los objetivos planteados es analizar hace cuanto se pusieron en marcha las actividades de emprendimiento en el sector económico popular y solidario, y como un diagnóstico adecuado puede contribuir a una realidad actual apoyando así una justa distribución de la riqueza.

No obstante, el Gobierno con el fin de encontrar una medida al respecto ha publicado la Ley de Economía Popular y Solidaria con la finalidad de ayudar a las organizaciones a producir bienes, servicios y conocimientos para perseguir objetivos económicos y sociales. También reconoce las actividades económicas informales, micro y pequeñas desarrolladas por grupos de base. Es necesario resaltar que existen trabas y

no siempre se lograra ayudar de manera igualitaria ya que existen pocos valores en la sociedad y sobre todo de los líderes o gobernantes.

Según las opiniones de Auquilla et al., (2018) las finanzas populares y solidarias son el conjunto de ideas, esfuerzos, capacidades, apoyos, programas, herramientas, recursos y estructuras, que operan en un contexto geográfico y plazo definido (provincias, parroquias, barrios suburbanos y otros) con el objetivo que la población organice los mercados de ahorro, crédito y servicios financieros para su propio beneficio y perseguir el desarrollo de una comunidad abierta al intercambio de productos y servicios con otras localidades, para construir un nuevo sistema de flujo con las personas en el centro del desarrollo económico y social.

La economía popular incluye tanto el trueque como la práctica de la reciprocidad, comprende también todas las actividades y estrategias que implementan los hogares para generar ingresos y asegurar la reproducción diaria de sus miembros, incluyendo el trabajo remunerado y comercial, el trabajo doméstico, entre otros. El emprendimiento social en el Ecuador ha alcanzado un nivel de importancia, tanto en el ámbito económico y social como en el académico y científico, convirtiéndose así en un indicador importante para el desarrollo socioeconómico de un país.

Cuando decimos que la economía popular es la base de la economía social, entonces la economía social se ve como un posible horizonte hacia la práctica de la intervención de los trabajadores y del Estado para fortalecer la forma de producción e intercambio propia de la economía popular. Estos casos de producción e intercambio se caracterizan por la dependencia del trabajo doméstico, las redes estrechas de protección y la intervención del Estado como garante de la reproducción de este tipo de economía (Alayón, 2014).

1.15.1 Análisis retrospectivo y prospectivo del emprendimiento social: la economía popular y solidaria en el Ecuador

El emprendimiento social en el Ecuador ha alcanzado un nivel de importancia, tanto en el ámbito económico y social como en el académico y científico, convirtiéndose así en un indicador importante para el desarrollo socioeconómico de un país por lo que podemos analizar el fenómeno del emprendimiento social desde una perspectiva

evolutiva, sectorial y de género, abordando los principales elementos característicos de este tipo de emprendimiento.

Por consiguiente, si hablamos de la denominada Economía Popular y Solidaria a partir de la observación directa de la información propuesta en la Constitución de la República del Ecuador que rige a partir del año 2008. De hecho, la información sobre la nueva economía es escasa, se puede concluir que el caso ecuatoriano sigue la tendencia de América Latina, especialmente de los países sudamericanos, pero con ciertas diferencias en que cada país, los cuales tiene diferentes recursos naturales, humanos y culturales, así como la importancia atribuida en los últimos años al Sumak Kausay (Buen Vivir), que es un incentivo y tema en el que aún queda mucho por hacer.

Las actividades de emprendimiento social han sido puestas en marcha hace mucho tiempo, antes de ser reconocidas por la Constitución dentro del ámbito de la Economía Popular y Solidaria (EPS), basada en la búsqueda de intereses comunes para todos sus miembros. Sin embargo, el estado no ha conseguido que este sector tenga un crecimiento sostenible debido a la falta de incentivos fiscales.

En lo referente al ámbito tributario ecuatoriano, durante los últimos años se han promulgado leyes en función de la determinación de las fortalezas y debilidades del sistema tributario, construyendo así un modelo adecuado a la realidad social y de desarrollo de la economía de las organizaciones, con el fin de fortalecer la cultura tributaria y reducir la brecha de evasión y elusión.

Finalmente, cabe mencionar que la política tributaria es necesaria para promover el desarrollo económico del país, a través de una eficiente recaudación de impuestos y una justa distribución de la riqueza. Además de promover la creación de empleo, fomentar la inversión y el crecimiento de la productividad nacional.

1.16 SISTEMAS ECONÓMICOS DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

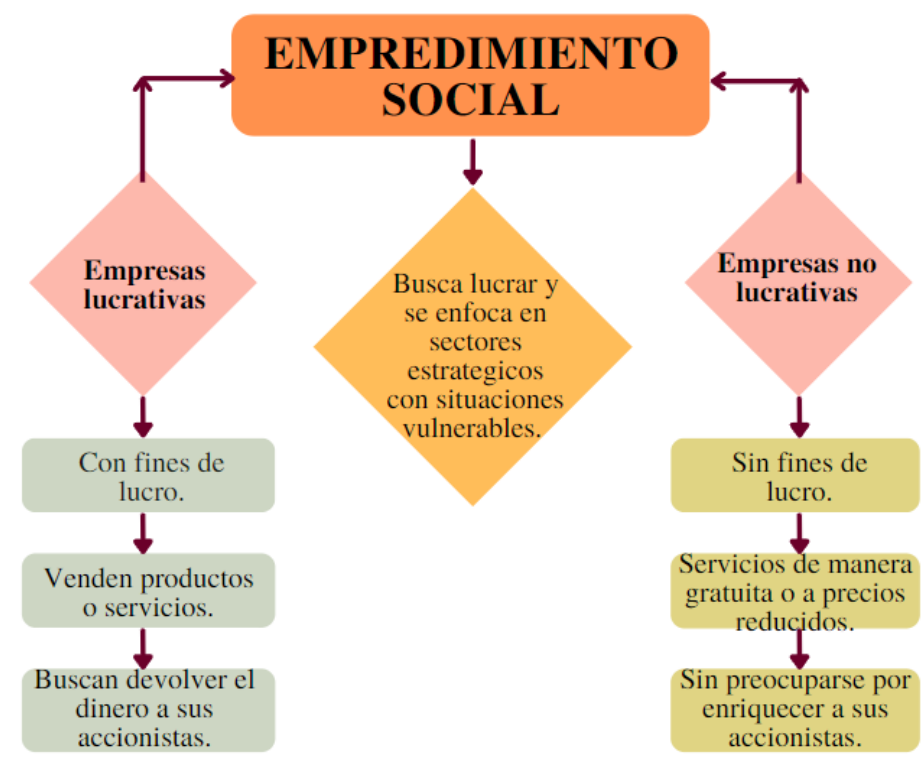
1.16.1 ASOCIACIONES

Se aborda el tema de Asociaciones para potenciar el emprendimiento social en el mercado, para lo cual es importante en primera instancia conocer los conceptos básicos que caracterizan al emprendimiento, la inclusión social y también conocer sobre las

políticas socioeconómicas que permiten y garantizan a los ciudadanos asociarse en beneficio de sus intereses tanto personales como colectivos. De esta forma, se puede establecer un orden conceptual con el fin de analizar el rol que tiene el emprendimiento social dentro de nuestro contexto social y la importancia que tiene la asociatividad (asociaciones) para impulsar al ámbito socioeconómico en el Ecuador.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y la Ley Orgánica e Innovación van de la mano, porque la primera ley implanta el crecimiento de la economía y su organización en los sectores sociales para la obtención de beneficios y ganancias, para que esto suceda, el emprendimiento impulsa a la economía, por lo que es significativo generar nuevas ideas, transformar el producto o servicio, o cambiar lo nuevo por lo viejo llamando la atención de los clientes, de esta manera, el sistema económico se incrementa dando énfasis a la segunda Ley; de esta manera, el emprendimiento social se enfoca en el ámbito socioeconómico.

Figura 5. Emprendimiento Social



Fuente: (Club de emprendedores, 2017)

El emprendimiento social se encuentra entre dos tipos de empresas; las empresas lucrativas y no lucrativas (Ver Figura 5), mediante estos conceptos se puede mencionar

que el emprendimiento social busca lucrar y está enfocado en un segmento desprotegido de la población (adultos mayores, niños sin educación, personas vulnerables, entre otras), es decir, el emprendimiento social pone énfasis en sectores sociales estratégicos centrándose en el beneficio de la sociedad, a su vez, en la generación de dinero.

Gracias al emprendimiento social han surgido empresas que se inclinan en establecer en el mercado un producto o servicio que beneficie a las personas del Ecuador y genere ingresos, pero estos emprendimientos comienzan como empresas pequeñas que no tienen un aporte alto a la economía productiva, más bien, generan beneficios sociales que aportan a la economía sostenible por lo que se implementan las famosas asociaciones.

Estrada (2020), menciona que “las asociaciones son uniones y cooperaciones de carácter voluntario entre individuos y organizaciones naturales con la finalidad de satisfacer las necesidades y mejorar la situación económica, que tienen la facilidad de producir y ofrecer mayor cantidad de productos o servicios, mayor financiamiento, tener la posibilidad de darle un valor agregado y posicionarse en mejores condiciones a cadenas productivas; gracias al autoabastecimiento y autogestión”.

Cabe recalcar que existe diferentes tipos de asociaciones descritas de acuerdo a las alianzas estratégicas que quiera formar cada empresa, la alianza estratégica entre empresas “no competidoras” se ubican en el mismo sector de mercado, en donde las empresas pueden asociarse para mejorar el plan de negocio, incrementado sus ingresos, evitando el riesgo financiero y ofreciendo un producto o servicio innovado que cubra satisfactoriamente las necesidades sociales.

1.16.2 COOPERATIVAS

En este apartado se pretende profundizar sobre el emprendimiento social cooperativo, para ello se toma como punto de partida, la historia de la evolución económica del Ecuador; para lo cual el país ha tomado diversas alternativas de desarrollo, con el fin de buscar el bienestar de la población, bajo un sistema conocido como economía social y solidaria que se basa en la integración de todos los sectores de la población, con la finalidad de generar un crecimiento justo y solidario.

Las iniciativas artesanales, comerciales, agrícolas, de los grupos sociales en el Ecuador, fueron las razones de que, a partir del siglo XVIII, se pueda implementar y hablar del tema cooperativo; esto a razón de que los distintos grupos buscaban desplegar una nueva visión de desarrollo a través de dicho sistema. Específicamente, las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COAC), surgieron a través de la instauración de las cajas de ahorro, las cuales en ese entonces eran las encargadas de financiar económicamente a los distintos sectores de la población y así alcanzar el bienestar común mediante las prácticas de la cooperación.

Bajo esta nueva visión, en los últimos años el cooperativismo de ahorro y crédito se ha convertido en un medio de desarrollo cultural, social y económico por medio de la intermediación financiera, pues estas entidades han centrado sus actividades en el ámbito de las microfinanzas, bajo una convicción de una verdadera inclusión financiera que permita atender a todos los sectores de la población.

A partir de esto nacen las Cooperativas de Ahorro y Crédito fomentando el establecimiento y desarrollo de las actividades productivas de todos los grupos sociales del país. Los emprendedores sociales toman a las cooperativas como base para el desarrollo de un rol específico; el trabajar con grupos vulnerables que generen cambios sociales importantes a nivel nacional e internacional. (Aldás, 2011)

Es un movimiento que se desprende del término “cooperativo” mismo que hace referencia al acto de cooperar, de trabajar en común, de colaborar, distinguiéndose en el mismo dos sentidos. El primero, en cuanto acción: disposición, compromiso de apoyar, de hacer, es decir, tomar parte de. El segundo, en cuanto movimiento: refiriéndose a la historia de la humanidad, donde las civilizaciones primarias se basaban en una vida colectiva, donde establece redes de colaboración, que se nutren del hacer y de los valores colectivos y de la autogestión, otorgando siempre el papel principal a la persona que se gestiona y se desarrolla de forma autónoma.

Los principios directrices para facilitar la gobernabilidad de las instituciones financieras cooperativas emitidos por la Red Internacional de Reguladores de Cooperativas de Ahorro y Crédito se presentan en la Figura 6:

Figura 6. Principios cooperativos

Adhesión abierta y voluntaria	• Organizaciones voluntarias abiertas a todas las personas que están dispuestas a aceptar las responsabilidades de su afiliación.
Control democrático	• Los socios establecen políticas y toman decisiones. • Los socios tienen igual derecho de votación: un socio, un voto.
Participación económica	• Los socios contribuyen equitativamente y controlan democráticamente el capital de su cooperativa.
Autonomía e independencia	• Son organizaciones autónomas, de auto ayuda controladas por sus socios.
Educación, capacitación e información	• Las cooperativas educan y capacitan a sus socios, representantes, gerentes y empleados para que puedan contribuir eficazmente al desarrollo de sus cooperativas.
Cooperación entre las cooperativas	• Fortalecen el movimiento cooperativo trabajando juntos a través de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.
Compromiso con la comunidad	• Trabajan para el desarrollo sostenible de sus comunidades , promueven la responsabilidad social y educan a los socios con respecto a temas cooperativos y financieros.

Fuente: Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito (2013).

1.16.2.1 Características de Cooperativas Emprendedoras

- Las CE son una innovación social, ya que tiene una nueva forma de satisfacer las necesidades sociales que no están cubiertas por el sector público, su finalidad está dirigida a crear cambios de comportamiento en las personas para resolver retos de la sociedad y capacitar a los ciudadanos generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración.
- Adopta la forma jurídica de cooperativa. La cooperativa permite agrupar de manera voluntaria a personas jurídicas con el propósito de satisfacer sus necesidades, aspiraciones económicas y sociales mediante una empresa.
- Su objetivo es apoyar la creación de empresas de economía social, que llevan a cabo entidades que buscas satisfacer las necesidades colectivas de sus miembros.

1.16.3 MUTUALISTAS

Las mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda nacen el 23 de mayo de 1961, cuyo objetivo está en la acumulación de dinero destinado a la adquisición de vivienda propia, a partir de 1994 dichas entidades formaron parte del sistema financiero debido a que captaban recursos del público, de esta manera fueron puestas bajo la regulación de la Superintendencia de Bancos, también se vieron obligadas a cumplir con exigencias de rentabilidad, solvencia y competir con otras instituciones financieras de capital. Cabe recalcar que en nuestro país regionalista, en el modelo de mutualista en la Costa se vieron involucrados sectores de la burguesía, anarquistas y socialistas; mientras que en la Sierra la iglesia católica, entidades gremiales y partidos políticos jugaron un papel fundamental en el desarrollo de estas organizaciones.

Al entender lo que es una entidad mutualista, estamos conscientes que está representado por un capital social, el mismo que implicaría una capitalización homogénea, donde todos los socios cumplen con el compromiso de aportar con esta sociedad financiera, cumpliendo con todos los parámetros de capitalización mencionados.

Al proveer productos financieros e inmobiliarios, estas entidades financieras se encargan de cubrir una de las necesidades de cada ciudadano mencionada en la constitución de gozar del Sumak Kawsay y alcanzar una vivienda adecuada para su desarrollo integral. Los socios deben tener en mente que al adquirir una vivienda se la realiza como una inversión, ante un mercado en pleno auge y con una disponibilidad amplia nacen muchas preguntas en la población así tendríamos:

¿Cómo podrían encontrar las mejores oportunidades y el acceso según el presupuesto mínimo? Es aquí donde la ayuda de la empresa entra en acción, los analistas coinciden que hay producto para cubrir cada necesidad específica y que la herramienta a utilizar para la toma de decisiones es priorizar la ubicación y la disponibilidad, también en esta opinión surgen los costes de acceso, como los impuestos, las tasas y otros gastos, por tal motivo se debe planear como una actividad que tenga tiempos de medio y largo plazo y que estos costes se puedan amortizar.

Los programas sociales que impulsan las mutualistas deben estar ligadas a instrumentos de gobierno las mismas que tienen como objetivo el contribuir a la mejora

de las condiciones de vida de la población, ya que un programa social es una iniciativa que está destinada a cubrir las necesidades aun no satisfechas; la mayoría de estos programas son desarrolladas por el estado y es la conexión que las mutualistas deben conseguir para poder cumplir con su objetivo inmobiliario, poniendo en marcha planes que busquen garantizar el acceso a la educación, campañas de prevención para cuidar la salud o iniciativas para combatir la desnutrición infantil, todo depende de la gestión que se desea realizar y cumplir.

La especialización en procesos de titularización de cartera, en las mutualistas representa un proceso jurídico que convierte las expectativas de flujo de fondos futuros de los títulos negociables hoy, todo buen proyecto que está planeado a futuro puede obtenerse con recursos acumulados desde la actualidad, cuando se amplía esta modalidad se abre campo para los diversos tipos de activos líquidos, con el fin de que sean movilizados a través de la venta de los títulos que los representan, emitidos con cargo a un patrimonio autónomo, los valores producto de este proceso son susceptibles de ser colocados y negociados libremente en el mercado bursátil. Los procesos de titularización pueden llevarse a cabo a través de los mecanismos de fondos colectivos de inversión o de fidecomisos mercantiles, cualquier método que se utilice, el agente de manejo podrá fijar un punto de equilibrio financiero, cuyas características deben constar en el Reglamento de Gestión, que, de alcanzarse, determinará el inicio de proceso de titularización correspondiente.

Así se puede mencionar que las mutualistas tienen la posibilidad de pertenecer y unir lazos con el gobierno para poder cumplir con sus objetivos y de la misma manera el estado puede cumplir uno de sus objetivos de mandato como es la satisfacción de necesidades de los ciudadanos.

La situación actual de las mutualistas en el Ecuador, esta supervisada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) para lo cual ha sido necesario establecer planes, programas, reglamentos y más normativa que permiten consolidar a este sector económico. Con la expedición del Código Monetario a fines del 2014, el sector financiero quedó dividido en tres sistemas: privado, público y de economía popular y solidaria. A las sociedades financieras se les daba poco tiempo de vida, con el Código Monetario y Financiero las financieras quedaron en el limbo, porque se les daba 18 meses

de plazo para que se fusionen, transformen o liquiden. Las tres posibilidades eran ciertas, pero el problema es que había cierta dedicatoria, porque estas entidades trabajaban normalmente con indicadores suficientes en liquidez, rentabilidad, solvencia; compitiendo con grandes entidades.

Una entidad mutualista, representa un capital social, que implica una capitalización homogénea, donde los socios cumplen con el compromiso de aportar con esta sociedad financiera, cumpliendo con los objetivos tanto de los socios como de la empresa.

Una de las mutualistas con mayor rentabilidad en el Ecuador es representada por la mutualista Pichincha, siendo catalogada como una de las seis instituciones financieras más importantes del sector de la economía popular y solidaria. La administración de esta empresa continúa ejecutando acciones para solucionar algunos problemas y contingencias originadas en administraciones anteriores, tanto en la recuperación de activos y valores, como en la constitución de provisiones y de manera especial destacamos el acertado y profesional manejo de los contingentes legales a cargo de la Gerencia Legal. El éxito de estas gestiones les permite continuar progresivamente con la generación de utilidades.

Dentro de los mecanismos de capitalización, el capital representa el valor de los bienes que cada uno de los socios se comprometio a aporta en la sociedad en este sentido estos pasan a formar parte del haber social y su contrapartida contable se refleja en la cuenta del patrimonio denominada capital a su vez como contraprestación del aporte el socio recibe el interés social el cual puede estar representado en acciones, cuotas o partes de interés dependiendo del tipo de sociedad, el capital se caracteriza por ser abstracto fijo, intangible , determinado y único el mismo no se debe confundir con el patrimonio el cual es dinámico e indeterminado. (Empresarial, 2017)

Es indispensable que la mutualista cuente con un reglamento de emisión y colocación de acciones, esto permite indicar como mínimo el número de acciones que se ofrecen la proporción y forma que pueden suscribirse, el plazo en el que las acciones serán ofrecidas, el precio al que serán ofrecidas y el plazo para su pago aceptada la oferta de suscripción que la sociedad le hace a los socios y eventualmente a terceros se perfecciona el contrato de suscripción entre el socio o tercero y la sociedad.

1.16.3.1 Fines que persiguen las mutualistas

- Contribuir al mejoramiento social
- Moral e intelectual de sus asociados por medio de ayudas en caso de patología, indigencia o muerte
- La organización de cajas de ahorro
- La construcción de planteles educativos
- Talleres para los afiliados y sus futuras generaciones

CAPÍTULO II

CULTURA EMPRENDEDORA

2.1 IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Desde la antigüedad el emprendimiento se ha estudiado desde distintos puntos de vista y paradigmas, además existe innumerables estudios sobre el perfil del emprendedor, en el que se han identificado y enumerado diferentes tipos, características, habilidades, destrezas, actividades, entre otros.

Se han realizado diferentes estudios sobre el origen sociocultural y género del emprendedor de América Latina en los cuales se han encontrado que la gran parte de emprendedores surgen de la clase media, para ser más concretos el 80% surge de clase media. Por este motivo existen sociedades que poseen una base potencialmente amplia que les permite formar emprendedores con mayor facilidad. (Sung & Duarte, 2015).

Para poder comprender la conducta emprendedora se tienen en cuenta dos enfoques, el psicológico y el sociocultural. El enfoque psicológico se refiere a los rasgos notorios de la población como por ejemplo el desarrollo de iniciativa, motivación de logro, intuición y visión de futuro. Y el enfoque sociocultural es aquel que nos indica donde el emprendimiento tiene su origen y está relacionado con factores externos y el marco institucional, que puede ser favorable o no. (Paloma, 2022)

La educación en emprendimiento requiere que las instituciones educativas, proporcionen a sus estudiantes oportunidades, practicas, culturas y entornos propicios para motivar y apoyar al espíritu emprendedor, de tal manera que esto se culturalice. Por consiguiente, se debe tener claro que el emprendimiento permite contribuir con el desarrollo del país, especialmente cuando la cultura y necesidad ha producido que las personas inicien con nuevas actividades personales, sociales y económicas.

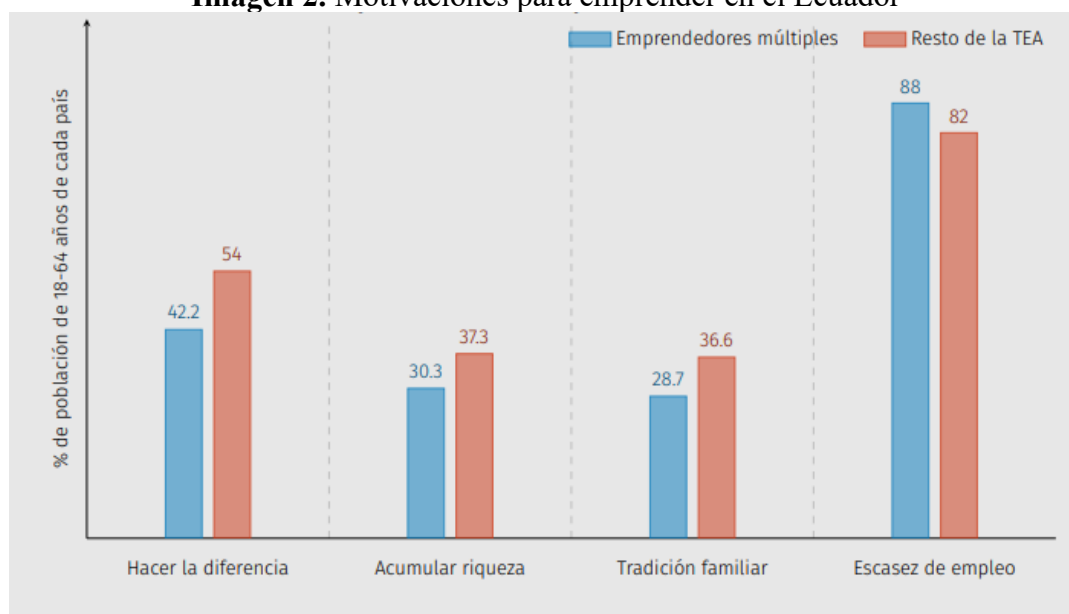
Por lo que, se tiene que promover la cultura emprendedora que permita sumar a más emprendedores, esto de alguna manera ha ido tomado como iniciativa en los centros educativos, especialmente en las universidades, las cuales están llamados a estimular en sus estudiantes ideas de negocios y el valor del autoempleo, siendo así que, en casi todos los países latinoamericanos, la opción para los profesionales de obtener un ingreso relevante es a través del desarrollo de un proyecto propio.

Ante esto. el rol del emprendedor en la económica mundial y regional se ha fomentado como un nuevo andamiaje, es decir, el emprendedor ha pasado a formar parte primordial de la actual economía, ya que al llevar cabo sus proyectos llegan a fomentar empleo e incremento de ingresos para el estado.

También podemos acotar, desde un punto de vista personal que la cultura emprendedora está ligada a la innovación, que recae en transformar o crear un nuevo producto o servicio, haciendo que sea atractivo y con ventajas competitivas a las posibles existentes en el mercado, cabe mencionar que la cultura emprendedora no solamente tiene su base en crear, sino que debe contar con una planificación y gestionar proyectos que permitan llegar a cumplir con el objetivo deseado.

La obligación política en nuestro país es velar por crear fuentes de empleo para los habitantes, algo que está lejos de la realidad social, sin embargo, en algunos países la política de empleo, economía y educación se basa en lograr desarrollar nuevas oportunidades de trabajo, mediante una cultura emprendedora lo que en el Ecuador no sucede, lo que ocasiona que se tenga como resultado emprendedores empíricos sin ningún conocimiento en inversiones y oportunidades. Ya que el crecimiento económico siempre estará ligado a tener un empleo, especialmente en grandes empresas cuando se concluya el ciclo educativo.

Imagen 2. Motivaciones para emprender en el Ecuador



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor GEM, (2019)

Los siguientes motivos para emprender han sido identificados por la metodología de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a partir de 2019, se debe destacar que las categorías no son excluyentes, es decir, una persona puede tener varias motivaciones:

- a. Marcar una diferencia en el mundo
- b. Acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales.
- c. Continuar una tradición familiar.
- d. Ganarse la vida porque el empleo es escaso.

En la imagen 2, se observa que el 88% de los emprendedores múltiples, - aquellos que empiezan un segundo negocio para obtener ingresos, debido a que no logran que sus negocios sean un sustento suficiente y se ven abocados a pensar en nuevas opciones- lo hacen debido a la escasez de empleo. Mientras que, el resto que representa la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) y que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de iniciar un negocio o lo han hecho y ha superado los 42 meses representa el 82%.

2.1.1 Características del emprendedor

- Ser creativo y/o innovador
- Poseer una sensibilidad específica para detectar inconvenientes y/o problemas
- Facilidad y flexibilidad de pensamiento, ideas productivas, capacidad de juicio
- Debe ser espontaneo
- Adaptación a las situaciones
- Espíritu de investigación
- Disposición para tomar riesgos
- Se basan en criterios estrictos y exigentes
- Tener un buen equilibrio entre subjetividad y objetividad
- Considerar diferentes puntos de vista sobre un mismo tema

2.2 DEFINICIÓN DE CULTURA EMPRENDEDORA

La cultura emprendedora es un concepto que se ha ido formando desde que los seres humanos iniciaron actividades de intercambio para satisfacer sus necesidades, el comercio ha experimentado una evolución constante y en las últimas décadas vertiginosa,

debido al avance de los medios tecnológicos, que han permitido superar barreras de tiempo y comunicación, para transitar ahora por mercados globalizados.

El mercado competitivo actual caracterizado por exigir productos y servicios innovadores y que garanticen la relación costo beneficio, ha determinado nuevos requerimientos que van moldeando la cultura emprendedora.

La cultura emprendedora abarca los conocimientos, las experiencias, habilidades, expresiones e interrelaciones que las personas crean para iniciar y desarrollar una actividad empresarial basada en la identificación de oportunidades y/o para obtener ingresos, la característica más relevante de la cultura emprendedora actual es que debe ir adaptándose a los constantes cambios, para lo cual es importante desarrollar la creatividad e investigación para generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad con un enfoque sostenible.

Ser emprendedor no es sólo iniciar un negocio o poner en marcha una empresa, sino que es un estilo de vida, que ayuda a tener una actitud positiva y ser proactivo en casa o en el trabajo (Plascencia, 2016). Por tanto, la relevancia de la cultura emprendedora advierte que se debe introducir actitudes y aptitudes desde la niñez dirigidas a motivar el emprendimiento y la innovación como una parte de la vida diaria.

2.2.1 Elementos de la cultura emprendedora empresarial

- Estrategia empresarial
- Motiva el aprendizaje organizacional.
- Recursos y capacidades
- Promueve la adaptación al cambio y la creatividad.
- Gestión empresarial
- Contribuye al crecimiento profesional.

2.2.2 Elementos de la cultura emprendedora individual

- Definición de aspiraciones, a dónde quiero llegar.
- Nivel educativo
- Desarrollo de habilidades: negociación, planificación, decisión, etc.
- Capacidad de identificar oportunidades

- Preferencia de riesgo individual
- Recursos psicológicos

2.3 CONDICIONES PARA UNA CULTURA EMPRENDEDORA

Para Osorio et al. (2015). La importancia del fenómeno emprendedor obedece, por una parte, a la necesidad de una cultura emprendedora, que permita afrontar la nueva sociedad y economía del conocimiento, caracterizada por la globalización y la desaparición de fronteras entre las naciones, por la rapidez en la generación de conocimiento y la obsolescencia del mismo, por ambientes ambiguos e inciertos por el reconocimiento del recurso de la información como elemento estratégico de las instituciones, y por la incorporación de la innovación, como ventaja competitiva.

Es necesario personas emprendedoras que quieran crear empresas sostenibles en el largo plazo con una responsabilidad social definida. Tomar en cuenta el contexto cultural, político y social, que promuevan un sistema de valores dominantes.

2.3.1 Factores que dificultan la cultura emprendedora

- No se atreven a innovar: es importante liberarse de la creencia de que las cosas no pueden hacerse de otro modo y dejar paso a la creatividad e innovación.
- Carencias formativas: el sistema educativo sigue formando a los alumnos para que realicen su actividad profesional en un sistema productivo que ya no existe.
- Falta de vocación empresarial: está muy arraigado el concepto de trabajo para toda la vida y por cuenta ajena.
- Falta de reconocimiento social de la figura del empresario: hay que dejar de pensar que quien emprende tiene malas intenciones y verlo como la persona capaz de desarrollar una idea, de crear empleo y riqueza.
- Mediocridad: hay una falta de conocimiento en los temas que se van a desarrollar.
- Aversión al riesgo: tener terror al fracaso. Sin embargo, las sociedades innovadoras carecen de miedo.
- Ausencia de compromiso entre el sistema financiero y el sistema productivo: la inversión es fundamental para generar innovación.
- Engorroso proceso burocrático para la creación de empresas: el papeleo exigido por las distintas administraciones y la lentitud en los procesos.

- Falta de estímulos para la creación de empresas: fuentes de financiamiento con altas tasas de interés y alta carga tributaria.
- Excesivo individualismo: nadie quiere tener socios, por desconfianza y falta de trabajo en equipo.

2.4 EVALUACIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA

Hoy en día se constata una preocupación por desarrollar competencias para la empleabilidad, que significa fortalecer las capacidades de las personas para que puedan mejorar sus posibilidades de insertarse laboralmente y mantenerse en el empleo, sin embargo, se crea la necesidad de generar sus propias oportunidades de empleo.

Ahora la gran incógnita es ¿por qué evaluar una cultura emprendedora? A lo largo del tiempo se produce una relación entre educación y empleo, las nuevas generaciones son las que han tenido mayor nivel educativo, pero es la que tiene más dificultades, no solo para encontrar empleo, sino también para que este corresponda con la formación alcanzada.

El objetivo principal de evaluar la cultura emprendedora es para conocer de qué manera influyen los procesos educativos y sociales como parte inherente y dinámico en la vida de los seres humanos en cuanto a su espíritu emprendedor.

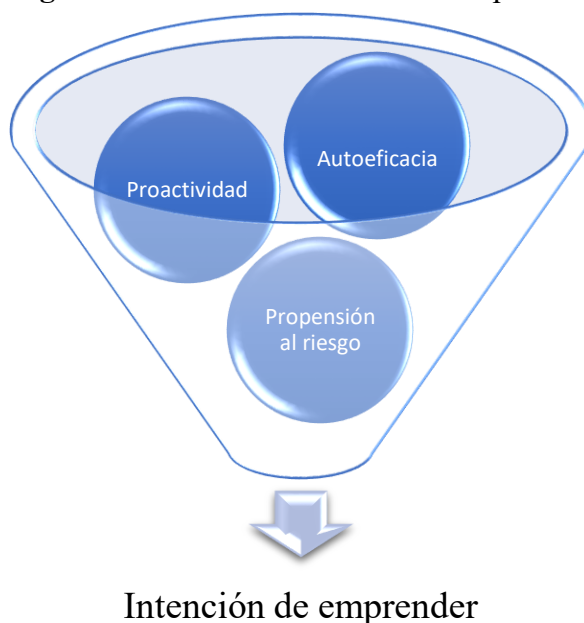
Una forma de evaluar la cultura emprendedora es mediante la obtención de resultados de encuestas aplicadas, además de conocer cuáles son los factores que intervienen para el desarrollo de esta, tomando en cuenta las fuentes de oportunidades, que busque el desarrollo humano tanto de manera individual y de la comunidad, que propicie el comportamiento de mejora profesional, personal, de empleo y desarrollo socioeconómico.

2.5 FACTORES DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Los emprendedores, en el proceso de transformar sus ideas en empresas reales, atraviesan diversas etapas en las que la intención ocupa un lugar valioso, pues constituye la etapa previa del comportamiento emprendedor. Este compromiso conlleva una disposición mental que influye en las decisiones de emprender, el convencimiento de crear un negocio y la planeación consciente para su ejecución futura. (Araya, 2022)

Muchas variables han sido hipotetizadas en la literatura como predictoras de la intención hacia el autoempleo. Muchas personas con experiencias indirectas y características personales como valores, actitudes, motivaciones, rasgos de personalidad y las habilidades personales pueden ayudar a las personas a la formación de intenciones emprendedoras; y es importante la construcción de aspectos psicológicos vinculados al fenómeno emprendedor.

Figura 7. Modelo de intención de emprender



Fuente: (Diez & Guevara, 2019).

Algunas de las variables más frecuentemente estudiadas en relación con la conducta emprendedora han sido la *autoeficacia* (creencia preexistente de sus propias habilidades para realizar las tareas demandadas para la creación de un negocio), *proactividad* (propensión personal a actuar sobre oportunidades) y la *propensión al riesgo* (tendencia general de los individuos a asumir riesgos). (Diez & Guevara, 2019).

2.6 PROMOVRIENDO ACTITUDES EMPRENDEDORAS

El principal reto para los jóvenes de bachillerato y universitarios que desean emprender es la búsqueda de financiamiento para sus proyectos empresariales, ya que estos no cuentan con los recursos económicos necesarios o no poseen garantías para el sector financiero en la obtención de créditos; es por ello que se tienen que ingeniar y

buscar alternativas como el asociarse con algún inversionista, o participar en programas del estado que les otorgue un capital para poner en marcha su proyecto de negocio.

En este sentido, promover actitudes de emprendimiento en estudiantes próximos a obtener su grado de bachiller y estudiantes universitarios es una de las herramientas que debe brindar la educación actual ya que pueden generar estabilidad financiera para ellos y en algunos casos a su familia entera, sin dejar a un lado los beneficios que podrán brindar a su entorno social o comunidad.

Además, la decisión para emprender de un individuo estará influenciada por dos motivos, siendo la primera por necesidad, como la independencia económica, crear su propio trabajo o superar una experiencia negativa; mientras que el segundo motivo es la identificación de una oportunidad, para ello el individuo será capaz de percibir las necesidades de los demás. También hay que tomar en cuenta que al emprendedor le encierra la incertidumbre de los posibles escenarios que podrían enfrentarse.

Por lo tanto, el fomentar actitudes empresariales desde tempranas edades en las unidades educativas y universidades transfieren responsabilidades absolutas a los estudiantes, para que éstos sean quienes estructuren su proyecto de emprendimiento, no como asignatura, sino como forma de vida a futuro, a corto plazo y real, donde el docente forma parte de este proceso como coach de los estudiantes y futuros emprendedores, basándose en herramientas motivadoras y conceptuales para que los educandos reconozcan sus potencialidades y a partir de ellas desarrollen un proyecto de emprendimiento.

2.6.1 Aptitud y actitud emprendedora

- Aptitud: representa la capacidad para realizar una tarea de forma adecuada, utilizando el conocimiento y el grado de experiencia de la persona emprendedora.
- Actitud: representa al nivel de motivación y disposición, es decir el comportamiento que tiene una persona que le impulsa y/o permite desarrollar ciertas actividades.

Una combinación equilibrada de la actitud y la aptitud es fundamental para el desempeño exitoso de un emprendedor, a continuación, una descripción de las dimensiones de estos dos factores:

2.6.1.1 Dimensiones de la aptitud emprendedora

- Liderazgo y actitud mental positiva: esto significa hacer que los colaboradores lleguen a confiar en sus propias capacidades y habilidades con el fin de responder efectivamente a la consecución de los objetivos.
- Capacidad para la resolución de problemas: aplicando conocimientos y/o experiencias previas.
- Facilidad para las relaciones sociales: a través de una comunicación asertiva y la motivación del trabajo en equipo, que permite que las personas se comprometan con un propósito.
- Creatividad para innovar: promover iniciativas, introducir nuevos productos, servicios o tecnología únicos.
- Visión de proyecto futuro: generar ideas e identificar las oportunidades que no han sido vistas

2.6.1.2 Dimensiones de la actitud emprendedora

- Optimismo: es la respuesta positiva ante adversidades relacionadas con el negocio, en donde se tiene una alta confianza de lograr proyectos exitosos
- Proactividad: es la exigencia autoimpuesta por el individuo para hacer de la mejor forma posible todo lo que emprende y con apertura mental a los cambios.
- Persistencia: comprende el reconocimiento de los errores, aprender de estos y la voluntad para sobreponerse e intentar nuevamente con empeño.
- Creatividad e innovación: se trata de una actitud imaginativa y creativa que facilita el funcionamiento de las cosas.
- Saber escuchar: las sugerencias y recomendaciones de los clientes y de los colaboradores.
- Enfoque humano: que permite satisfacer las necesidades de la sociedad, con la aplicación de valores de integridad, solidaridad y pensando en el bien común.

2.7 BARRERAS DE EMPRENDIMIENTO

Se las conoce también como barreras de entrada y es un término frecuente en los negocios para denominar a los obstáculos que pueden existir al ingresar a un determinado mercado y son:

- **Financiamiento:** es la inversión inicial y el capital de trabajo para cubrir los flujos de caja.
- **Desconocimiento del mercado:** apariciones de nuevos gustos o preferencias que no son reconocidas en el mercado.
- **Falta de complementariedad por parte del equipo de trabajo:** muchos equipos emprendedores se crean en el lugar de estudio o trabajo, en donde generalmente cuentan con un perfil muy focalizado en la parte técnica
- **Subestimar a la competencia:** es hacer la diferencia con servicios adicionales, pero se debe hacer un estudio y evaluar que exista una demanda insatisfecha, suficiente y valorada.
- **Limitaciones en el aprovisionamiento:** se debe evaluar la accesibilidad y la forma de abastecimiento de los insumos y materia prima, además de tomar en cuenta las certificaciones o permisos que exigen.
- **Dificultades logísticas:** es de suma importancia ya que se pueden presentar dificultades como son los fenómenos ambientales, rutas de difícil acceso, conflictos sociales, bloqueos de importantes rutas, problemas de desabastecimiento, todo ello genera una alteración de los precios y paralización.
- **Sobredimensionamiento de la estructura inicial:** se deben dimensionar sus inversiones en función a las necesidades reales y potenciales del mercado.
- **Ventas insuficientes:** existen muchos casos de proyectos técnicamente perfectos y que no se logran comercializar.
- **Cobranzas y condiciones de pago inapropiadas:** es difícil cobrar el 100% de los créditos, sin embargo, las políticas de pago al contado disminuyen la cartera de clientes.
- **Barreras legales:** no es muy común, pero sucede que buenas ideas ya hayan sido creadas y patentadas por otros; haciendo de esta manera muy complicada su implementación o producción

2.8 LÍMITES Y BARRERAS PARA UNA MUJER EMPRENDEDORA

Saavedra (2015) indica que, en América Latina, las responsabilidades familiares siguen siendo una limitación importante, ya que se mantiene la división tradicional de roles de hombres como proveedor económico de la familia y mujeres a cargo de la crianza

de los hijos, pero en los últimos años las mujeres han tendido a cambiar los roles, tratando de cerrar las brechas sociales existentes.

Este cambio de roles significa para las mujeres mayores oportunidades educativas, desarrollo de habilidades y conocimientos e integración a mercados laborales más grandes. Sin embargo, las mujeres emprendedoras aún tienen desafíos al enfrentar estereotipos negativos. Por ejemplo, se puede evidenciar que en las entidades públicas la mayoría de los cargos de decisión están precedidos por hombres, dejando los cargos de menor rango, como las secretarías para las mujeres, sexualizando los mismos y denigrando las capacidades de las mujeres. De igual manera, de aquí surge una barrera social relacionada con el aspecto físico, ya que en muchas ocasiones por ser mujer no suelen ser tomadas en serio lo cual se convierte en un obstáculo al momento de negociar, lo cual sería distinto si se tratase de un hombre.

Por otra parte, está la barrera cultural existente en algunos escenarios y que impide que la población vea a la mujer capaz de dirigir su propio negocio, motivando la percepción de la mujer de que el emprender va a desestabilizar el núcleo familiar debido a que las mujeres en la sociedad son un pilar indispensable de la familia y por lo tanto limita su intención emprendedora.

Adicionalmente, existen barreras de carácter externo, como el proceso de internacionalización, acceso a las redes de información y negociación, obtención de financiamiento y por supuesto factores personales como: motivación, capacidad de comunicación, perfil innovador y personalidad emprendedora.

Es notorio como en el ámbito laboral, las mujeres se encontraban en situación de desigualdad en comparación con los hombres, por ello existían limitaciones a la hora de ejercer un trabajo digno. No obstante, las mujeres han salido adelante a pesar de permanecer en constante opresión social, acallamiento y desigualdad, como producto de vivir en una sociedad machista, en donde todos los sistemas la excluían; estableciendo estereotipos sociales.

Durante los años noventa hubo un aumento de la participación de las mujeres en actividades económicas, lo cual redujo las brechas de inequidad permitiendo una nueva visión. Por otro lado, siendo las mujeres cerca de la mitad de la población, no es conveniente para la nación el desaprovechar esta parte importante de la fuerza productiva.

Investigaciones previas demuestran que el emprendimiento femenino está directamente relacionado con la estabilidad económica y crecimiento de un país.

Por otro lado, las mujeres empresarias tienen más dificultades para construir una red profesional sólida debido a la carga de las responsabilidades familiares en sus vidas, además que enfrentan dificultades para acceder a redes y mercados para sus productos. Es importante contar con varios contactos que conozcan los pasos a seguir para iniciar un negocio, especialmente en los casos en que las emprendedoras no están completamente informadas y/o se sienten amenazados por procedimientos complejos.

Otro conjunto de dificultades u obstáculos que enfrentan las mujeres empresarias es el acceso a la financiación. En general, las empresarias suelen tener acceso a menos financiamiento y menos capital para sus negocios porque no requieren grandes inversiones. Las cooperativas de ahorro y crédito y otros inversionistas discriminan según el tamaño, la industria o el potencial de crecimiento de una empresa.

Otros factores que se tienen en cuenta al respaldar un negocio son la experiencia previa y los bienes personales del emprendedor, la participación de la mujer en los negocios es también un tema de índole social, la discriminación les dificulta obtener un trato igualitario; estos factores pueden contribuir a dificultar el acceso de las mujeres a la financiación bancaria; las mujeres pobres o de bajos ingresos enfrentan más limitaciones que las mujeres de clase media y alta.

Otro factor limitante para una mujer emprendedora es el temor para fracasar en su emprendimiento. Al igual que la mayoría de las personas que empiezan a emprender, las mujeres temen a la inminente incertidumbre, sobre todo las perspectivas actuales y futuras. De igual manera, la latente competencia conduce al miedo al fracaso, sin embargo, el apoyo que reciben de familiares y compañeros en el caso de las asociaciones las motiva a continuar con sus actividades, sin embargo, el miedo al fracaso es latente.

Las mujeres de escasos recursos o pobres lidian con más restricciones que las damas de clase media y alta, una vez que hablamos de insertarse en el planeta gremial, en los esfuerzos que ellas descubren, constan la carencia de enseñanza e incluso analfabetismo, y las responsabilidades que comúnmente recaen exclusivamente sobre la dama; así sea por el machismo de muchas comunidades o ya que son madres solteras.

Estas mujeres piensan que el emprendimiento es una vía para salir de la pobreza y mejorar su estilo de vida (Calero, 2011).

El Banco Mundial en un estudio titulado Women, business and the law 2010, midió la paridad legal entre géneros para emprendedores y trabajadores por medio de 128 economías de todo el mundo, según este análisis se lograría fomentar la igualdad de géneros por medio de las siguientes estrategias presentadas en la Figura 8:

Figura 8. Estrategias para fomentar la igualdad de géneros

Estrategias para fomentar la igualdad de géneros.	Mejorar la educación de las niñas.
	Promover la participación política de las mujeres.
	Establecer iniciativas de salud para la maternidad.
	Optimizar la infraestructura general.
	Combatir la violencia contra la mujer.

Fuente: (Banco Mundial, 2010)

Es importante impulsar la enseñanza en los niveles primarios, secundarios y superior; debido a que numerosas mujeres con espíritu emprendedor y en busca de superación no logran conseguir sus metas gracias a la carencia de enseñanza tanto elemental como especializada; el desempleo se vería disminuido si las féminas emprendieran exitosamente cualquier plan u posibilidad que encuentren, además las barreras que en la actualidad confronta la población emprendedora femenil y varonil podrían reducir si se prestara apoyo, en particular en territorios en vías de desarrollo que buscan un incremento social y económico (Calero, 2011).

Las mujeres a raíz de la crisis por la pandemia por la Covid 19, han enfrentado varios desafíos como: la aún persistente diferencia de género, las ganancias lentas que no les permiten cubrir a tiempo sus necesidades, falta de conocimiento para el uso de las redes sociales o no disponer de la ayuda de su familia; esto ha traído consigo diversos pensamientos negativos como son la incertidumbre, cansancio, inquietud, desánimo y

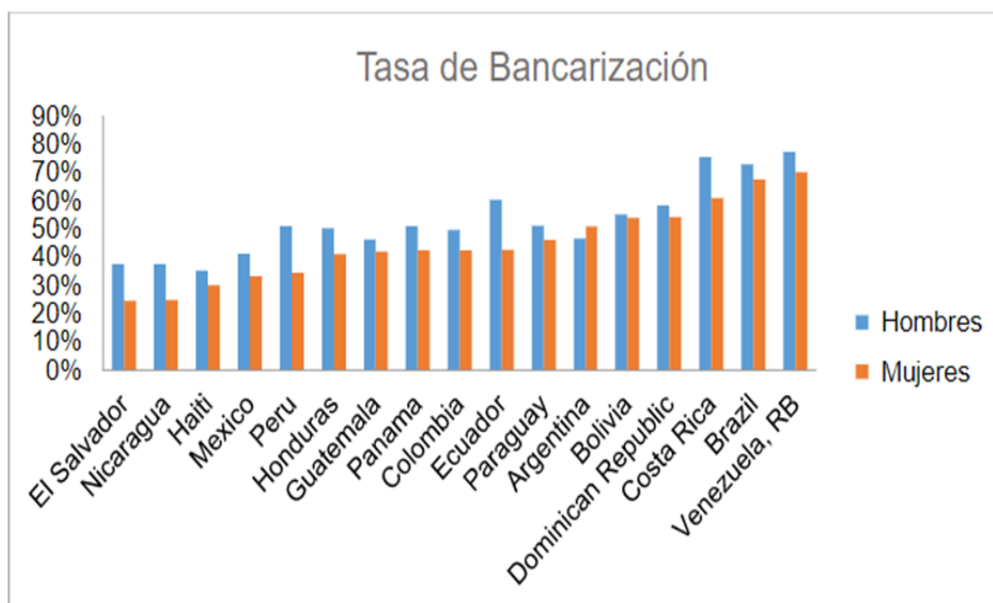
depresión. Por lo cual, se necesita motivar y brindar a las mujeres herramientas para la construcción de negocios planeados, con apoyo tanto moral y de desarrollo de una óptima capacidad de aprendizaje y el fortalecimiento de las propiedades de personalidad que potencian el sentir interno como, por ejemplo: la autoestima, la persistencia y la capacidad de elección.

Dentro de la investigación realizada por Navas, A. y Moncayo, J. (2019 en su artículo sobre “El empoderamiento productivo de la mujer como consecuencia de la Inclusión Financiera”, citan que: “Ecuador se encuentra clasificado como un país de renta media, las brechas entre ambos géneros persisten”.

En Ecuador, el sector femenino gana hasta un 25% menos que sus pares hombres por trabajos iguales según la (Organización de Naciones Unidas Mujeres, 2018), otros datos indican que:

- Laboran de 16 y 23 horas (en promedio) más que los hombres cada semana del mes.
- No tienen tiempo para invertir en educación, trabajo remunerado, emprendimientos o recreación, como resultado de esto en el ámbito rural el 15,2% de las mujeres son analfabetas; muchas carecen de tiempo y no poseen recursos propios.
- El 42.6% de la población ocupada en la producción agrícola son mujeres. Esta actividad representa la principal fuente de recursos de las familias.
- Como se observa en la Imagen 3, en la gran mayoría de países de la región el porcentaje de hombres que accede a financiamiento es mayor que el de las mujeres, siendo la única excepción la república de Argentina.
- Muchas mujeres admiten que han tenido que abandonar sus sueños profesionales por no tener la capacidad de llevarlos a cabo ni económicamente, ni personalmente, ya que casi siempre recaen en ellas las responsabilidades domésticas. No obstante, cada vez más se lanzan al mundo empresarial, poniendo en marcha proyectos innovadores, disruptivos y sólidos desde el punto de vista económico.

Imagen 3. Tasa de bancarización América Latina



Fuente: (Banco Mundial, 2017)

2.8.1 Tipos de barrera según los factores

Las barreras a las que se deben enfrentar las mujeres al momento de empezar un emprendimiento social se pueden enfocar principalmente desde tres perspectivas que son: las barreras personales, las barreras sociales y las barreras económicas; estas se muestran detalladamente en la Figura 9.

Figura 9 Barreras de las mujeres emprendedoras



Fuente: elaborado por los autores

2.8.1.1 Barreras personales:

Las mujeres afrontan conflictos con sus familias, debido a que convencionalmente estaban orientadas a la atención y al trabajo del hogar y al cuidado de los hijos y ahora además se ven obligadas a emprender y tener un representativo nivel de éxito que les permita generar ingresos para cubrir las necesidades propias y de su hogar.

2.8.1.2 Barreras sociales:

La mujer se confronta al machismo y a la discriminación que genera muchas veces violencia de género, además en la sociedad aún en ciertos ámbitos carecen de poder de negociación y de aceptación por parte del género masculino.

2.8.1.3 Barreras económicas:

Es una de las barreras más importante para las emprendedoras, varias son las mujeres que renuncian a la ilusión de tener una actividad económica propia, por cuestión de dinero debido a que el recurso monetario pertenece a los requisitos indispensables para comenzar con un emprendimiento, lo cual obstaculiza el acceso a dispositivos tecnológicos y a productos digitales que les permitan mejorar sus procesos de promoción y comercialización.

Múltiples son los factores que inciden y deben tenerse en cuenta para estimular el desarrollo de actividades productivas considerando las especificidades de género, ya que dichas actividades se encuentran influenciadas por diversos condicionantes y actores, requiriendo el análisis de la dinámica de interacción de los contextos políticos, económicos, sociales y culturales, como así también las funciones que desempeñan los diferentes organismos públicos, las redes y organizaciones empresariales, centros de investigación y desarrollo para el estímulo y desarrollo de actividades productivas.

CAPÍTULO III

POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL ECUADOR DIRECCIONADAS A MUJERES CON EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

3.1 DESARROLLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN ECUADOR

La falta de oportunidades en el Ecuador se ha incrementado notablemente; es así que la mayoría de las personas se ha direccionado a la creación de emprendimientos que con el transcurso del tiempo mediante el uso de distintas plataformas digitales han permitido que puedan acceder a su sustento diario, por su parte la creciente participación de la mujer en el desarrollo de emprendimientos ha tomado protagonismo en los últimos años, pues al materializar sus ideas de negocios se ha alcanzado la contribución a la economía local al generar empleo y dinamizar procesos para garantizar la satisfacción del consumidor.

Para que exista un correcto apoyo al arranque de un nuevo emprendimiento de carácter social, se deben involucrar procesos sistematizados a través de los cuales la emprendedora pueda comenzar y nutrir su emprendimiento de manera continua de la mano con procesos especializados para este fin; para que esto se realice se necesita una cohesión entre el sector público y privado, evitando que se dividan los esfuerzos por lograr una sociedad emprendedora. La elaboración y aplicación de políticas públicas es compleja, ya que depende en gran medida del contexto social, y mucho más cuando va direccionado a un sector específico de la sociedad, en este caso, las mujeres.

Según, la Constitución de la República del Ecuador se establecen los principios de aplicación de los derechos y de forma particular en el Art. 11 numeral 8, señala que “(...) el contenido de los derechos se desarrollará de manera progresiva a través de las normas, la jurisprudencia y las políticas públicas. El Estado generará y garantizará las condiciones necesarias para su pleno reconocimiento y ejercicio (...)”. En este sentido se determina que una de las obligaciones estatales es crear dichas políticas públicas, que se definen como: “(...) un instrumento estatal moderno por medio del que se promueve una transformación en la sociedad, con la determinación de objetivos acorde la realidad nacional y a las necesidades de sus ciudadanos (...)” (Roth, 2019).

El país cuenta con la siguiente normativa que promueve el emprendimiento social: la Constitución de la República, el Plan Nacional de Desarrollo, la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, el Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria; y el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria quien se encargan de desarrollar todos los proyectos de inclusión económica y financiera para personas que quieran emprender y que no cuenten con los recursos económicos suficientes para financiar su proyecto de emprendimiento y así se pueda generar un desarrollo local por medio de la implementación de otros proyectos o empresas. Se puede observar la gran importancia de un apoyo gubernamental dentro de todo el proceso de formulación y ajuste de políticas públicas. De la misma forma, esta política pretende promover el emprendimiento femenino en sectores socioeconómicos bajos, a través de la generación del Crédito de Desarrollo Humano, que ayudará con la financiación. (Chávez et al., 2018).

La creación de políticas públicas tiene como primordial función ser uno de los principales mecanismos que permiten efectivizar la práctica y ejercicio de los derechos, en un contexto nacional aplicado a las mujeres emprendedoras, la creación de estas constituiría una gran solución y apoyo para los problemas que se presentan en los diversos niveles de crecimiento de los negocios. Para ello, es indispensable nombrar los más comunes siendo estos: la falta de conocimiento de la normativa legal aplicable, ausencia de apoyo por parte del Estado y; casos de fuerza mayor.

Al referirnos específicamente a la falta de conocimiento de la normativa legal aplicable, se considera que no existe la difusión de la importancia del registro de marca al momento de creación de un emprendimiento, particular que causa gran malestar no sólo en mujeres que han podido acceder a una educación superior, sino detonan en un impedimento realmente grave para que los emprendimientos de las mujeres que habitan las zonas rurales puedan promover la economía popular y solidaria.

En cuanto a la carencia de apoyo por parte del Gobierno, es importante resaltar la gestión y competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, quienes cuentan con Direcciones de Desarrollo Social y Económico que por medio de varios trámites permiten el registro de emprendimientos para que puedan participar en ferias ciudadanas organizadas por los Municipios; sin embargo es necesario reforzar, socializar y replicar estos beneficios municipales a nivel nacional y más aún cuando existen ideas de negocio

potenciales que con una administración enfocada en la innovación podrían alcanzar un nivel internacional.

Es importante acotar también que en los últimos años la crisis sanitaria a causa del COVID 19 originó que los emprendimientos que estaban en reciente creación sean condenados a desaparecer, ya que las necesidades de la sociedad cambiaron y; allí radica la importancia de la creación de una política pública con todos los actores sociales que promueva la innovación a los mismos.

Los estudios sobre emprendimientos de mujeres empezaron hace un poco más de tres décadas, y se conoce que en la mayoría fueron basadas en motivaciones para generar sus propios ingresos. De acuerdo con datos según la ONU Mujeres “Cuando el número de mujeres ocupadas aumenta, las economías crecen. Según estudios efectuados en países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y en algunos países no miembros, el aumento de la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo o una reducción de la disparidad entre la participación de mujeres y hombres en la fuerza laboral -produce un crecimiento económico más rápido”.

Existen entidades dentro del marco del Buen Vivir que apoya con el financiamiento, capacitación y asesoría a diferentes comunidades indígenas del Ecuador y a asociaciones de mujeres emprendedoras. Organizaciones nacionales e internacionales reconocen el trabajo de las mujeres Waorani, no sólo por la visión emprendedora que poseen, sino también por su protección hacia el medio ambiente. Aspecto importante dentro del empoderamiento de las mujeres ya que están trabajando día a día con el fin de lograr y mejorar su calidad de vida. (Jaramillo, y otros, 2020)

En el estado ecuatoriano, las políticas públicas para las mujeres se enfocan en su mayoría en la igualdad de género; es así que, en la Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género, se presentan una variedad de políticas que se enfocan principalmente en 9 ejes diferentes. Se debe resaltar que, en el eje 7 se habla de la Producción y Empleo, donde la política que se describe es potenciar y efectivizar la presencia de las mujeres y personas LGBTI, en el desarrollo económico-productivo del país, con el fin de que se puedan crear oportunidades para superar el subempleo, desempleo y explotación laboral.

Las mujeres hoy en día cuentan con igualdad de posibilidades y no importa el hecho de ser diferentes a los hombres. Con la ayuda de la implementación de nuevas

políticas públicas se impulsa el desarrollo del país, la igualdad de oportunidades y se propende a alcanzar la equidad en la remuneración.

Es potestad del Estado la emisión de políticas públicas que abarquen la inseguridad jurídica, la tramitología, la excesiva burocracia, los asuntos de carácter tributario y la inestabilidad política y económica; que permitan el dinamismo de la economía en virtud de los emprendimientos liderados por mujeres, al mismo tiempo se debe trabajar con la banca privada y pública, para que permita nuevas formas de financiamiento.

En el Ecuador se ha creado una política educativa para que los jóvenes se incentiven a la creación de su propio emprendimiento o negocio, esta política es que en todas las unidades educativas y los colegios del territorio nacional a partir de los últimos tres años del bachillerato, se ha incorporado al pènsuam de estudios la materia denominada “Emprendimiento y Gestión”, la cual tiene por objetivo el direccionamiento de la actitud de los estudiantes hacia el deseo de creación de su propia fuente de ingresos o emprendimiento tipo social, además de que este puede ser aplicado a cualquiera de los campos de la ciencia. Evidentemente, esta es una política pública que va direccionada a impulsar el emprendimiento tanto de hombres como de mujeres jóvenes desde las bases de su educación, con el fin de que las nuevas generaciones tengan una base de conocimientos y una actitud emprendedora en las que poder apoyarse para llevar a cabo su emprendimiento social.

Finalmente, la capacitación constante es indispensable ya que se debe conocer el mercado, los aspectos técnicos y legales y, debilidades en la gestión de los nuevos negocios que limitan crecimiento y sostenibilidad en el tiempo; el acceso a información disponible y educación, evidenciando su incidencia en la capacidad para emprender más allá de las habilidades propias del emprendedor, generando dinamismo en la economía.

3.2 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

La implementación adecuada de políticas públicas en cuanto a emprendimientos sociales pertenecientes a mujeres se ha visto reducida, principalmente debido a la escasa o nula articulación entre los intereses privados y el direccionamiento de la gestión pública del Ecuador. Frente a este problema ha tomado fuerza la metodología de gobernanza en la cual existe la intervención de tanto el sector privado como la sociedad en el desarrollo

de políticas que mejoren la situación de ambos sectores frente al desarrollo del país, lo que se conoce como trabajo mancomunado, que permite llenar las falencias tanto del ámbito público como privado conforme el conocimiento y la experiencia del otro; se ha comprobado que este procedimiento ha dado buenos resultados en el extranjero, sin embargo, en el Ecuador todavía no se termina de aplicar de manera adecuada esta metodología de desarrollo de políticas públicas.

Otro problema identificado tiene que ver con la implementación correcta de las políticas públicas direccionadas a emprendimientos sociales de mujeres, fue que no existe una correcta interconexión entre las propias entidades públicas del estado, lo que dificulta la inserción de políticas eficientes en todos los campos sociales, ser integrativas y representativas, además de que dichas políticas no presentan continuidad en el tiempo, ni son revisadas y analizadas constantemente en busca de mejoras que las adapten mejor al contexto del Ecuador.

En el Ecuador se oferta un reducido financiamiento para emprendimientos productivos y sociales, uno de los mayores problemas identificados son las elevadas tasas de interés que se cobra a los microcréditos, de acuerdo con las tasas activas referenciales del Banco Central del Ecuador, a enero del 2023 para el Microcrédito Minorista la tasa anual es de 28.23% , para el Microcrédito de acumulación simple 24,89% y para el microcrédito de acumulación ampliada el 22,05%, tasas que han sido establecidas en función del riesgo para las operaciones de crédito concedidas por las entidades financieras, además el dificultoso acceso a créditos debido a las garantías que solicitan las instituciones bancarias y deficientes normativas de creación de capital denominado de riesgo.

En el Ecuador existe un ambiente adverso ante el deseo de una mujer de generar un emprendimiento social, y este ambiente a su vez deviene en una reducción en la probabilidad de surgimiento de nuevos emprendimientos sociales, puesto que la mayor parte de las mujeres emprendedoras antes de llevar a cabo su proyecto, evalúan el entorno económico, socio-cultural, y de políticas del gobierno que permitan el desarrollo de los mismos; y al encontrarse con los problemas anteriormente mencionados, se evidencia una deserción prematura del deseo de creación de un emprendimiento social por parte del género femenino.

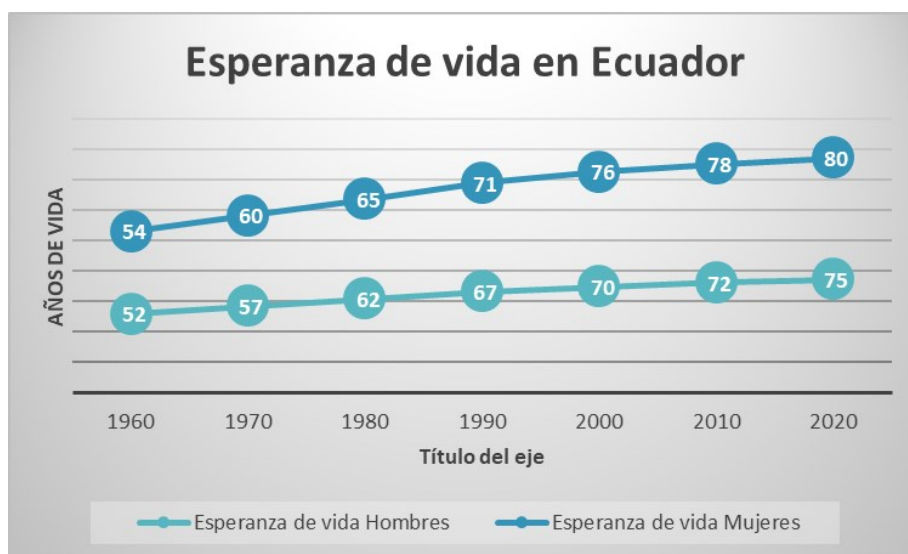
3.3 EMPRENDIMIENTO FEMENINO

El emprendimiento femenino para (Pallares & Vera, 2018) es una herramienta que ayuda al reconocimiento del esfuerzo igual al de los hombres, reconociendo el impacto en la sociedad, en la economía local y progreso de su entorno. El emprendimiento femenino se presume como el resultado del empoderamiento de la mujer en sociedad; actualmente las mujeres comparten responsabilidades económicas con su pareja.

Una forma común de emprendimiento es aquel adicional a su trabajo formal esto ocurre porque en muchos países el sueldo para las mujeres no es equitativo al de los hombres o simplemente desean incrementar sus ingresos a través de pequeños negocios, allí las mujeres se desenvuelven como distribuidoras, vendedoras independientes o de alguna marca corporativa, es aquí en donde muchas de las veces ellas son quienes realizan su propia publicidad, se encargan de vender, cobrar, en si son emprendedoras multifuncional. La pandemia ha sido el gran impulso que muchas mujeres necesitaban para demostrar sus habilidades ocultas y generar dinero para mantener su hogar.

En las últimas décadas las mujeres emprendedoras se han propiciado relevantes cambios socioeconómicos y culturales, por igual la optimización en enseñanza ha logrado que este conjunto cuente con un papel más participativo en el campo gremial (Daeren, 2000).

Figura 10. Esperanza de vida en Ecuador



Fuente: (Expansión, 2020)

Estos progresos de las mujeres en su independencia económica y social, la mejora del estilo de vida y del acceso a la educación, así como los avances en la medicina y la atención sanitaria a nivel global, ha contribuido en el incremento de la expectativa de vida de las damas.

Cómo se detalla en la Figura 10, durante 7 décadas desde el año 1960 hasta el año 2020; la esperanza de vida tanto para las mujeres como para los hombres ha crecido. Desde 1960 hasta el año 2000 la esperanza de vida para las mujeres creció en un promedio de 5 años por década. Del 2000 al 2020 se ha incrementado 2 años por década.

3.3.1 La mujer y su rol en el emprendimiento

Se tiene que la mayor ocurrencia de pobreza en las familias es donde la mujer asume el rol de cabeza de hogar; a pesar de que en el aspecto político administrativo se ha logrado escalar posiciones y desempeñarse en puestos importantes, logrando así romper los esquemas de exclusión, pero a pesar de esto, los resultados no son los esperados porque aún se tiene una brecha muy marcada de desigualdad de género (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer [UNIFEM], 2018).

La posición de la mujer en la producción y el mercado laboral reveló serias restricciones que se reflejaron en discriminación y prejuicios, que dificultaron su inserción profesional, y la fuerza laboral de las mujeres, que es inferior a su valor real en comparación con los hombres; por lo que se pretende mejorar su integración y crear nuevas fuentes de trabajo que permita un incremento paulatino de los ingresos de los hogares.

Con el tiempo las mujeres han logrado romper con algunos paradigmas, además de preocuparse por ocupar los roles de esposa y ama de casa, se preparan profesionalmente en el sector empresarial, el aumento del emprendimiento femenino muestra una evolución natural de la fuerza laboral en la sociedad dado que, desde siempre, la mujer ha intentado ser partícipe de los negocios.

Decir que diversos países de todo el mundo han progresado en los últimos años en la cuestión de la igualdad de género, mediante la ejecución de una serie de acciones políticas, económicas y culturales dirigidas a reducir las brechas entre hombres y mujeres, no es mentira. Es gracias a estos esfuerzos, impulsados en buena medida por exigencias de la sociedad civil, asociaciones y colectivos, que las mujeres han ganado terreno y

fuerza en espacios de toma de decisiones, no solo públicos, sino también privados (Velazquez, Saavedra, & Nadia, 2021).

La mujer emprendedora posee habilidades que inciden en su emprendimiento como experiencia profesional, preferencia laboral y reducción del miedo al fracaso; la familia o los amigos son una fuente importante de apoyo y, a menudo, están comprometidos con diversas necesidades sociales y económicas, como el apoyo a los ingresos de la familia, la mejora de su nivel de vida y otros.

Las últimas décadas fueron decisivas para el avance de la mujer en el ámbito laboral, social y económico en sus diversos campos, pero aún no se puede hablar de un estatus igualitario, pues aún existen principios discriminatorios que impiden a la mujer realizar su trabajo y actividades, en las mismas condiciones que los hombres en el mundo laboral.

Las mujeres emprendedoras han desarrollado la capacidad de innovar y crear productos nuevos o a su vez mejorar algunos que ya se encuentran en existencia, facilitando así los entornos de aprendizaje, funciones y procesos relacionados con productos o servicios que son de utilidad para la sociedad. Hoy en día las características de emprendimiento sociales y globales de las mujeres han experimentado un cambio, por lo que el emprendimiento hoy en día tiene un peso significativo en nuestra sociedad y también a nivel económico.

3.3.2 Importancia del emprendimiento femenino

En los últimos años la participación de la mujer en el emprendimiento ha ido tomando fuerza, esto con la finalidad de reducir la desigualdad de género, para así lograr tener una sociedad donde hombres y mujeres que tengan los mismos derechos y que a su vez asuman tareas equivalentes (Briseño-García & López, 2016). A lo largo del tiempo el desarrollo del emprendimiento femenino se ha producido debido a que se persigue cubrir las necesidades y en especial buscar la independencia económica.

Las mujeres que han tomado la decisión de emprender han conseguido hacer un gran aporte a la economía familiar; se debe destacar que los hombres a lo largo del tiempo han recibido muchos más beneficios en lo que respecta a actividades económicas, por esta razón las mujeres que se dedican a emprender tienen muchas limitantes, enfrentándose principalmente a la discriminación al momento de buscar financiamiento de servicios

institucionales, y al no recibir respuestas positivas se ven obligadas a recurrir a fuentes informales, aceptando así altos costos de interés y otros riesgos que afectan a la sostenibilidad de los diferentes emprendimientos.

Las cifras y la experiencia demuestran que las mujeres en puestos de poder o como directoras de sus propios emprendimientos pueden marcar grandes diferencias a nivel social, y al mismo tiempo, hacer que la economía fluya de manera más constante y sustentable (Martínez, J. 2021).

Según la OIT, la mejora de las oportunidades económicas para las mujeres empresarias no sólo beneficia a las propias mujeres y a sus familias, sino también a las economías y los mercados de trabajo de los países. En Panamá, el 14 % de las mujeres entre 18 y 64 años se animan a emprender (GEM, 2019) y el porcentaje más alto se concentra en mujeres de 25 a 35 años, edades donde muchas ya son profesionales o conocen y han investigado el mercado en donde esperan desarrollarse (Linares, L. 2020).

Las mujeres representan la mayor proporción de estudiantes en las universidades, pagan puntualmente sus deudas, tienen más propensión por el ahorro y el uso eficiente de los recursos, son más meticulosas ante los riesgos, puesto que no están dispuestas a poner en riesgo a sus familias, invierten las ganancias en la familia y en aportar a generar bienestar social en la comunidad.

3.4 EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN ECUADOR

Los autores (Euclides, Vargas, & Moscoso, 2018) establecieron que las motivos por los cuáles las mujeres emprenden, es debido al desempleo que se vive en nuestra sociedad, buscando la manera de sobresalir hacia el éxito, anhelando el logro profesional importante casualmente cuando no hay retoños, la mujer emprendedora se encuentra mucho más motivada en una sociedad contradictora con los valores tradicionales de los negocios, llevando a cabo iniciativas que promueven el interés de la mujer en la sociedad.

En Ecuador, el 28,16% son mujeres emprendedoras, afortunadamente durante la última década la tasa de desempleo de las mujeres en Ecuador ha disminuido. Las mujeres constituyen el 39,33% de la población económicamente activa en el Ecuador, y en términos de remuneración, los hombres en general reciben salarios más altos que las mujeres. Es cierto que las mujeres pobres en el Ecuador enfrentan dificultades debido a las diferencias de género en el empleo, la población y el bajo nivel educativo.

Las mujeres de escasos recursos que buscan generar sus propios ingresos a través del emprendimiento son consideradas microempresarias y se acercan a organizaciones públicas y privadas para obtener financiamiento sin incurrir en mayores costos. Este grupo de personas no cuenta con los documentos legales para el negocio que posee o desea establecer; debido a la falta de conocimiento de las normas y leyes.

En primera instancia, el gobierno ecuatoriano generó vínculos con el Bono de Desarrollo Humano para erradicar las diferencias entre hombres y mujeres en el país y fortalecer la brecha en los sectores económico y social. Además, el Instituto Nacional de Economía, Popular y Solidaria (IEPS) impulsa actividades para desarrollar proyectos productivos y eficientes en el Ecuador y de igual manera las instituciones bancarias otorgan créditos a las mujeres para fomentar la producción y el espíritu empresarial. Además, es necesario mencionar las oportunidades del futuro de la mujer emprendedora, entre ellas se tiene, el apoyo del gobierno nacional, quien ha estado presente en muchos procesos de las mujeres emprendedoras asociadas.

Se afirma que se trabaja junto a BanEcuador; el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, para promover rondas y ferias de negocio que permitan ampliar mercados no solo a escala local sino a nivel mundial: “Apoyaremos el crecimiento de la microempresa del Ecuador, especialmente las lideradas por mujeres” (Briceño, 2021). Estas acciones están encaminadas a dar una oportunidad a las personas, en especial a mujeres que en algún momento de su vida tuvieron dificultades para adquirir o pagar un crédito.

Por otra parte, muchas empresas públicas y privadas están trabajando de forma mancomunada para empoderar a las mujeres y lograr la igualdad de género. De igual manera existen organizaciones de la sociedad civil creadas por y para mujeres, las cuales se rigen bajo la filosofía de desarrollo sustentable, solvente y cooperativo para mejorar la calidad de vida de las mujeres y sus familias, así como también empoderar a la mujer mediante talleres de educación financiera y liderazgo. Entre las organizaciones se tiene Red Mujer Emprendedora, Red Economía Violeta Ecuador, Red de mujeres kichwas y rurales del Ecuador, Asociación de mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana (AMWAE), Asociación de mujeres indígenas de Chimborazo La Minga, entre otras.

Por otro lado, ahora conocemos que una mujer es muy capaz de emprender, en la mayor parte de los países del mundo las mujeres han decidido liberarse de antiguas creencias que no les permitían ni trabajar mucho menos emprender, pues antes, por ejemplo, se veía y sucede en algunos casos en la actualidad que, aunque existan más mujeres preparadas académicamente y con grandes títulos universitarios siempre existe una preferencia por los hombres.

La Sociedad actual como tal mantiene a la mujer en un perfil bajo, puesto que muchas mujeres no han sido valoradas por su labor como amas de casa o por las profesiones que han logrado obtener por su esfuerzo y trabajo, considerarlas como inferiores es un insulto como tal, porque evidenciando el desarrollo evolutivo que hemos tenido como sociedad y como individuos se debería tomar un enfoque de equidad y preservar la autonomía como seres pensantes, capaces de desarrollarse.

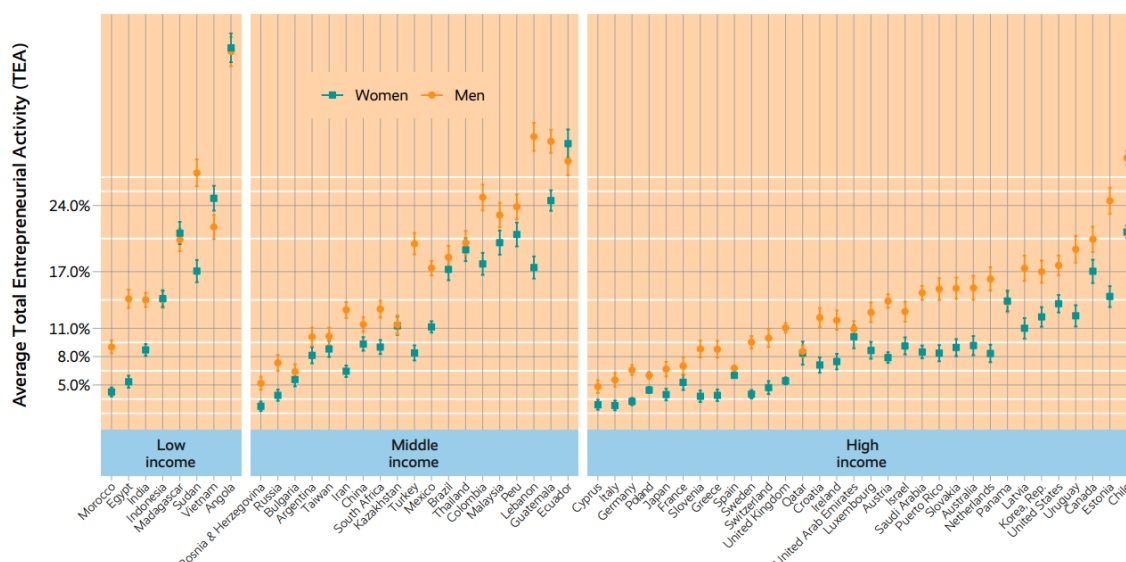
El Ecuador es un país que tiene una educación conservadora, basada en fuertes creencias religiosas, tradiciones familiares y aún la presencia de clases económicas y sociales, las mujeres como tal han buscado sobresalir y superar estas barreras, poseen una gran motivación para generar sus propios emprendimientos, para organizar su propia economía y obtener ganancias, a través de la creación de pequeños negocios, hasta llegar a crear sus propias microempresas que son de gran beneficio para la productividad del país, pero no todo ha sido ventaja para ellas porque siempre se encuentran con obstáculos que les ha impedido avanzar y lograr sus metas en el emprendimiento a nivel nacional, dichos obstáculos son estereotipos que prevalecen aún en la actualidad y también han denigrado a las mujeres por el solo hecho de intentar lograr sus metas a través del emprendimiento, las mujeres poseen características que la hacen merecedora de reconocimientos por sus habilidades, las mujeres emprendedoras ven oportunidades en dónde los demás ven dificultades y aprovechan para poder llegar muy lejos con su perspectiva y visión de lo que quieren alcanzar.

3.4.1 Estructura social del emprendimiento ecuatoriano enfocado en el género

En nuestro país nos encontramos con un dato alentador y a la vez difícil de asimilar, ya que existe una alta tasa de emprendimiento y un número considerable de participación femenina, conformando así las dos terceras partes de dichas actividades económicas, lo cual nos muestra que, al pasar el tiempo, varias mujeres y organizaciones

femeninas han liderado proyectos en favor de su entorno social, generando ingresos, fuentes de trabajo y productos/servicios en favor del bien común.

Imagen 4. Actividad emprendedora total promedio



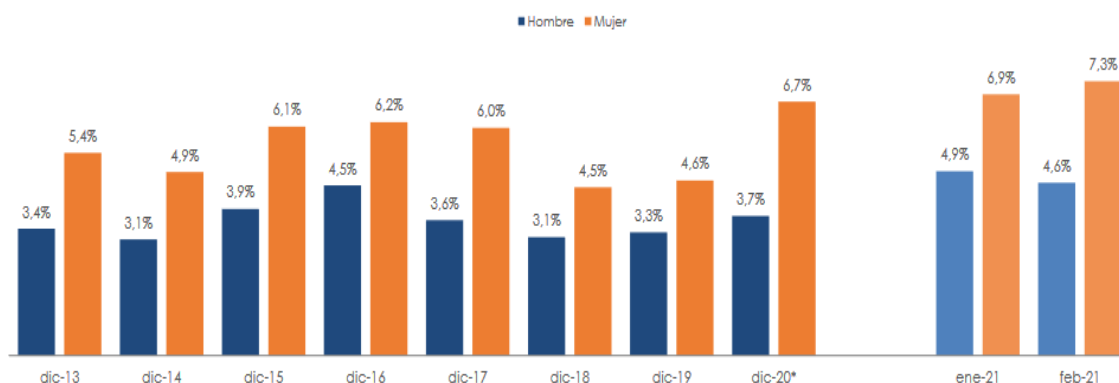
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor GEM, (2019)

Como se observa en la Imagen 4, a nivel mundial la tasa promedio de actividad emprendedora inicial TEA definida por GEM como: adultas entre 18 y 64 años que están iniciado un emprendimiento o es propietaria y gerente de un nuevo negocio que tiene un tiempo de actividad entre 3 y 42 meses, en el Ecuador el emprendimiento de las mujeres es superior en participación al emprendimiento de los hombres, ubicándose en alrededor del 30% y el 28% respectivamente.

Por otro lado, encontramos el dato desalentador que del 62% de mujeres emprendedoras, solo una pequeña parte logra mantener activos sus negocios a lo largo de un periodo superior a los tres años (INEC,2016).

Por otra parte, como se observa en la Imagen 5, en lo referente al desempleo femenino con relación al género masculino, se observa que la tasa de desempleo su ubicó en 7,3% para las mujeres y en 4,6% para los hombres, lo que establece una brecha del 2,7%, la misma que se acentúa aún más cuando entramos al contexto del sector rural, donde la diferencia es más grande por la cultura patriarcal del sector campesino.

Imagen 5. Tasa de desempleo según el sexo.



Fuente: INEC (2021)

3.5 DESARROLLO TERRITORIAL A TRAVÉS DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LAS MUJERES

Debido a la problemática que hoy en día se vive en los diferentes países de la región como es el desempleo, volverse un emprendedor se visualiza como la mejor y única oportunidad de tener ingresos. Como consecuencia, esta conceptualización cobra fuerza para nuestra sociedad y su estudio toma mayor importancia. En este sentido, cada vez más mujeres se vuelven partícipes ya sea de forma particular o en conjunto con sus familiares cercanos, parejas o amistades, para lograr realizar actividades que ayuden al sustento económico del hogar, esto dentro de una coyuntura en la cual intenta tener un equilibrio entre el desempeño laboral y familiar.

La discriminación de género en América Latina aún es una realidad en las sociedades y es por ello por lo que el empoderamiento económico de las mujeres se ha marcado de forma muy contundente en la postura de que no son un género débil, demostrando que están en la lucha para que todo sea igualitario siempre y cuando se respeten los derechos de todos. El empoderamiento económico de las mujeres se ha convertido en un eje central del mandato de ONU Mujeres creando condiciones para que las mujeres creen sus propias oportunidades para construir economías fuertes, establecer sociedades más estables, justas, y mejorar la calidad de vida de las mujeres y de las sociedades en general.

La Oficina regional de ONU Mujeres para América Latina y el Caribe, ha lanzado en 2018 el programa MELYT: Mujeres, Economía Local y Territorios, para de esta manera medir la autonomía económica de las mujeres, esto presenta un paso esencial para

la reducción de las desigualdades de género, la erradicación de la pobreza y la promoción del desarrollo económico incluyente con el propósito de cultivar y fortalecer las potencialidades del territorio, las capacidades de las mujeres y de la colectividad local. MELYT combina los enfoques de empoderamiento de las mujeres y de desarrollo territorial, lo que se pretende concretamente en el programa es aumentar el acceso de las mujeres a los recursos productivos a través del fortalecimiento de políticas y estrategias regionales y nacionales focalizada en la inclusión financiera y el mejoramiento de centros de servicios empresariales a nivel local. Además, MELYT busca fortalecer la voz e influencia de las mujeres en los ámbitos públicos y privados.

Bajo estas premisas, se tiene como objetivo conocer como ayuda el emprendimiento al desarrollo territorial, con un enfoque especial en las mujeres como entes de contribución económica y social. Dentro de este marco, la mujer emprendedora es una representación importante de innovación y a su vez la participación de esta es de vital importancia.

El análisis de la dinámica regional desde una perspectiva de género muestra que las oportunidades para que las mujeres participen y se beneficien del desarrollo de sus tierras no se distribuyen de manera uniforme entre los países, porque no sólo está relacionado con sus propias características, propiedades o finanzas, sino con elementos específicos de la región, como estructuras productivas, instituciones formales e informales que rigen la participación de las personas en diferentes sectores y actores existentes. Ante la problemática del aumento de la tasa de desempleo que aqueja al país, la idea de ser tu propio jefe se empezó a ligar a la mente de varias mujeres creando sus propios emprendimientos como una oportunidad de autoempleo.

Los emprendimientos llevados a cabo por las mujeres de menores recursos inherentemente presentan problemas que ellas enfrentan para lograr que sus actividades sean sustentables y les permita generar ingresos que superen el nivel de subsistencia. El hecho de que formen parte de una presentación o feria de algún sector ha sido poco visualizada y en ciertos casos menospreciadas por la sociedad más aún por personas de su mismo sexo. Históricamente, la mujer ha sido limitada a desarrollar roles de atención a la familia y de trabajo doméstico, tales como cuidar a los hijos y atender las actividades del hogar; no obstante, en la actualidad, las mujeres se han visto motivadas para realizar

otro tipo de funciones que las beneficie económicamente, permitiéndoles avanzar individual y socialmente. (Contreras, et al., 2020)

Se puede identificar que el problema que resalta para crear o encaminarse en la implementación de un emprendimiento siempre será la baja economía presente en el hogar, esa desesperación los lleva a crear sus propias fuentes de empleo, más aún en el caso de las mujeres que son madres solteras quienes afrontan la responsabilidad de proveer el sustento para sus hijos y de esta manera salir adelante.

3.6 GÉNERO: COMO FACTOR CONDICIONANTE DEL EMPRENDIMIENTO

La palabra "género" no hace referencia al hombre y la mujer, sino a lo masculino y lo femenino, esto es a las cualidades y características que la sociedad atribuye a cada sexo. Las personas nacemos con un determinado sexo, pero aprendemos a ser hombres y mujeres. Se llama género al conjunto de diferencias sociales entre los sexos, mujeres y hombres, partiendo de los roles, creencias y valores que a cada uno de ellos asignan. (Paredes, Castillo, & Saavedra, 2019).

En el ámbito del emprendimiento las diferencias de género han representado un tema de estudio de gran importancia para muchos investigadores, ya que en este siglo XXI es la principal limitante de desigualdad. El género sigue siendo un factor determinante del potencial de empleo. Las mujeres tienen un 13% menos de probabilidades de ser emprendedoras que los hombres, y las investigaciones han demostrado que los estereotipos de género conducen a expectativas de género de sí mismas y de los demás. A menudo se desalienta a las mujeres a postularse para trabajos que no parecen "suficientemente femeninos" y que se cree que son imposibles.

Desde una edad temprana, tomamos nuestros roles de género y los hacemos "normales", si bien la socialización temprana de género casi siempre se separa inadvertidamente; hay efectos muy reales en nuestra psicología sobre lo que podemos lograr como adultos al ingresar al mundo profesional. Desde una edad temprana, estamos condicionados a centrarnos en ciertas carreras, por ejemplo, las áreas de la ciencia están dominadas en gran medida por los hombres.

En el mundo del emprendimiento es donde la mujer recibe con mayor intensidad la discrepancia existente entre los géneros, las limitaciones al acceso a los recursos, en especial financieros, para comenzar y llevar a cabo sus emprendimientos, influyen de

manera negativa en los resultados y aspectos de crecimiento de sus negocios, quienes emprenden a nivel general tienen un sin número de dificultades a vencer y más aún cuando se trata de economías emergentes así como sectores vulnerables de la sociedad, como es el caso de las mujeres. (Ordóñez et al., 2019).

En los actuales años muchas mujeres han optado por ejecutar un emprendimiento ya sea esta una actividad nueva o participando de un negocio ya existente. No obstante, la realidad empírica muestra que aún existe una inestabilidad entre la proporción de mujeres que emprenden frente a los hombres que realizan esta misma actividad. Varias investigaciones demuestran que el género es un factor condicionante en el emprendimiento debido a la permanencia de los estereotipos en culturas y sociedades donde existe un conocimiento de que el emprendimiento es una labor realizada solo por hombres. Estos estereotipos de género son socialmente contruidos con respecto a la realidad, siendo, al parecer, un factor importante que influiría en la motivación y deseo de convertirse en emprendedor.

Es evidente que la incursión de la mujer en el ámbito laboral y socioeconómico ha sido decisiva, pero todavía no se puede hablar de una situación de igualdad, puesto que existen elementos discriminatorios que impiden a la mujer desarrollar sus actividades en las mismas condiciones que el hombre, dentro de la sociedad.

La capacidad emprendedora está determinada por la condición de género, además, los aspectos culturales relacionados con la sociedad continúan limitando las ambiciones de las mujeres; todavía se observa la discriminación y diferentes conductas de la sociedad para con la mujer emprendedora, que se muestra en la baja autoestima que sienten la gran mayoría de ellas, la falta de confianza en sí mismas, para asumir el reto de ser independientes económicamente, situación que genera ciertas actitudes frente a su emprendimiento.

3.7 EMPRENDIMIENTO DE GÉNERO EN AMÉRICA LATINA

En el (Foro Económico Mundial, 2016) se manifestó que, alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres en el mundo lleva al menos 170 años. El mismo informe señala que la forma más rápida de cerrar esta brecha es apoyar la igualdad económica de género a través del espíritu empresarial de las mujeres, como una de

las soluciones clave, ya que esto contribuirá con 12 trillones de dólares a la economía mundial, o alrededor del 11 % de la producción mundial.

En América Latina, muchas organizaciones promueven el espíritu empresarial entre las mujeres, especialmente entre las mujeres de grupos vulnerables, con el objetivo de generar ingresos, aliviar la pobreza y motivar el empoderamiento.

Latinoamérica siempre presenta un escenario de limitadas oportunidades relacionadas con las aspiraciones y expectativas de las mujeres, la desigualdad de género se ha convertido en un obstáculo para el desarrollo de la sociedad y la recuperación de la economía, puesta desde la visión y creencias de las mujeres. Debido a que las creencias patriarcales no fueron corregidas y esto impidió que las mujeres desempeñaran sus roles como emprendedoras.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) tiene como uno de sus objetivos fortalecer la capacidad de las organizaciones asociadas para promover el espíritu empresarial de las mujeres y la igualdad de género. La estrategia es la capacitación que tiene como objetivo transformar a las mujeres empresarias de bajos ingresos y sus familias en dueños de negocios en desarrollo rentables.

Estudios realizados por el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas INCAE Business School, establecen que la discriminación de género es todavía una realidad en las sociedades de América Latina, situación que se constituye en una limitante para la participación efectiva de las mujeres en el emprendimiento, condicionando las posibilidades de desarrollo profesional, por lo tanto, frenando la capacidad económica de sus familias. La inequidad de género impide a las mujeres ocupar el lugar que verdaderamente les corresponde en todos los ámbitos, imposibilitando que contribuyan al desarrollo local y nacional. (Ordóñez Gavilanes et al., 2019)

La desigualdad de género impide que las mujeres ocupen el lugar que les corresponde en todos los ámbitos, lo que frena su contribución al desarrollo local y nacional. En este sentido, el sector empresarial es quizás el sector donde las mujeres ven la mayor cantidad de desigualdad de género existente, evidenciado en las barreras para acceder a recursos que les permitan financiar sus actividades.

3.8 EMPRENDIMIENTO DE GÉNERO EN ECUADOR

Ecuador ha sido reconocido por el Global Entrepreneurship Monitor GEM, como el país con mayor número de mujeres emprendedoras. El documento enumera una serie de factores agrupados en este estudio, como los rasgos de personalidad, la capacidad empresarial, la demografía y las influencias ambientales. Las cifras muestran que las mujeres empresarias representan el 51,1% de la población; el 50,4% de las emprendedoras gana menos de \$450. En lo referente a la motivación para emprender el 69% de las primeras puestas en marcha se deben a la casualidad, el 30% a la necesidad, y la edad media de las emprendedoras es de 36 años y la de los hombres es de 47 años

El nivel de formación de los emprendedores se distribuye uniformemente en todos los niveles: elemental, básica, pregrado y posgrado; para los hombres la proporción de empresarios con educación primaria es la más alta y la más baja con un título universitario.

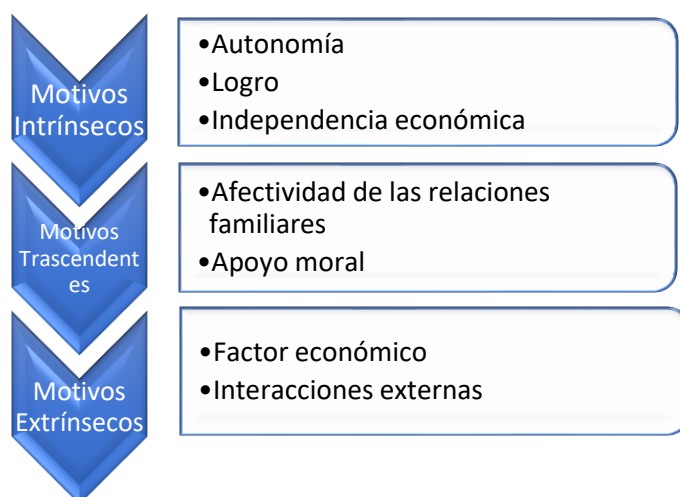
El empoderamiento de las mujeres presenta un desafío a las relaciones de poder existentes, porque el empoderamiento de las mujeres logra la autonomía personal, estimula la resistencia y regula los procesos sociales, encaminados a la superación de la desigualdad de género. Puede decirse, entonces, que el empoderamiento de la mujer tiene sus raíces en el hombre, quien, a través del instinto de supervivencia, crece hasta el punto de querer demostrar autoridad social y liderazgo.

La búsqueda de estrategias y medios para lograr la igualdad en la representación política de las mujeres basado en su capacidad como líderes y agentes de cambio ha sido una lucha de los últimos años. Sin embargo, una de las barreras que imposibilitan la participación política de las mujeres es que tienen menor probabilidad que los hombres de acceder a la educación, a los recursos y al entorno necesarios para convertirse en líderes eficaces, inequidad que está más arraigada en el sector rural.

Por tanto, desde una perspectiva de género, se estudia a la mujer como factor importante de la producción, incluyendo la participación de la mujer en la vida pública, la generación de ingresos y el ejercicio de cargos de poder y toma de decisiones; las actividades que antes estaban reservadas para los hombres, actualmente se requiere que las mujeres en la familia tomen decisiones y hagan contribuciones financieras a sus familias, comunidades y entorno económico. El emprendimiento puede jugar un papel

importante para mitigar el impacto de esta delicada situación, y se necesita una política pública activa para responder rápidamente.

Figura 11. Principales motivos de las mujeres para emprender un negocio



Fuente: (Aranibar, E. y otros 2022)

En la figura 11, se presentan algunas de las razones que motivan a las mujeres a emprender, el motivo principal es la necesidad que está por encima del emprendimiento por oportunidad, debido al afán de ofrecer una mejor calidad de vida a sus familias, al generar recursos, una mejor disponibilidad del tiempo, lo cual evidencia la clara motivación vinculada al aspecto afectivo, por estas razones los emprendimientos de las mujeres suelen incluir a otros miembros de su círculo familiar.

3.9 EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES A TRAVÉS DEL EMPRENDIMIENTO

Empoderar significa desarrollar en un individuo, grupo o sociedad, confianza y seguridad en sí misma por haber desarrollado sus capacidades y potencialidad para adquirir conciencia de sus actos y tomar decisiones de su vida (Samaniego, Castaño, & Basantes, 2019) esto tiene que ver con una mujer empoderada, persona libre, fuerte, enfocada en sus metas, capaz de organizarse para cambiar las situaciones que impiden su comodidad y la de las demás mujeres; para llegar a este punto pueden haber muchos caminos porque esto conlleva varios desafíos como desenvolverse en varios mundos, aprender a tratar a varias personas, crecer con las posibilidades que estén a su alcance y es así como poco a poco la mujer emprendedora va emergiendo en un lugar que solo

parecía reservado para los hombres, lo cual denota que la brecha de género se empieza a romper.

Haciendo una línea de tiempo en cuanto a la participación femenina en actividades comunes de la sociedad, la revolución industrial jugó un papel importante a finales del siglo XVIII ya que allí las mujeres empezaron a inmiscuirse en el mundo laboral en condiciones inhumanas, el año de 1910 la igualdad en el sufragio hizo rápidos progresos ya que podían ser parte de las decisiones políticas con su voto. Luego en Japón, Raichō Hiratsuka con su revista alentó a las mujeres a ser valientes y “revelar el genio que todas tenemos oculto” (Vanguardia, 2019). Las primeras aproximaciones del emprendimiento en mujeres empiezan en la década de los sesenta, en el siglo XXI, según estudios se enfoca principalmente en las capacidades que tienen las mujeres para realizar diferentes roles sociales y laborales.

En México 4 de cada 10 mujeres en edad de trabajar se encuentra en el mercado recibiendo un salario, combatiendo con la pobreza y la equidad de género, y 6 de cada 10 mujeres no tienen acceso a programas de apoyo, por lo que buscan una oportunidad de desarrollar y emprender para tener la capacidad de tomar sus propias decisiones, lograr una estabilidad económica y ejercer sus derechos, pero para alcanzar esa posibilidad de trabajo independiente y potencializar su emprendimiento muchas de ellas se enfrentan con barreras y obstáculos tanto en accesos económicos como tecnológicos, además se considera factores como la maternidad como un alto nivel responsabilidad. La participación de la mujer en procesos sociales es esencial para erradicar la discriminación y la subordinación.

Según Batliwala, (1997) el empoderamiento es el proceso de desafiar las relaciones de poder existentes, obtener un mayor control sobre las fuentes de poder y se manifiesta como una redistribución del poder, ya sea entre naciones, clases, razas, castas, géneros o individuos. Es por esto que el empoderamiento femenino representa un desafío a las relaciones de poder ya existentes, por ello conduce a las mujeres a lograr autonomía individual, a estimular la resistencia, la organización colectiva y los procesos sociales, se entiende pues como un proceso de superación de las desigualdades de género.

En la actualidad se ha observado que el empoderamiento de la mujer poco a poco ha roto estereotipos ante la sociedad y también en los entornos políticos. Por tanto, el

emprendimiento femenino es la evolución de la mujer en el ámbito laboral, en la sociedad, en la participación de creación de empresas que generan fuentes de trabajo.

En el área rural las mujeres consideran a sus emprendimientos como un proyecto de vida, que contribuye al desarrollo y mejoramiento de una región en base a la cultura, los conocimientos ancestrales y el aprovechamiento de los recursos disponibles, lo ven como una forma de generación de ingresos para satisfacer sus necesidades. Se ha incrementado la participación de la mujer en distintos sectores empresariales con el fin de que exista un equilibrio de oportunidades y motivaciones.

Las sociedades modernas parecen creer que es hora de que las mujeres desempeñen un papel social más igualitario, justo y destacado, contribuyendo a su empoderamiento y al desarrollo económico, social y político de las naciones. El empoderamiento de las mujeres se estableció, a partir de la Conferencia de Beijing en 1995, como un foco de pensamiento y un objetivo estratégico en el marco de la creación de garantías progresivas para las mujeres y la búsqueda de la igualdad.

Varios años han transcurrido desde que el género femenino se ha involucrado de manera rápida en muchas actividades que solo el hombre las realizaba, décadas atrás lo habitual era que las mujeres permanecían en sus casas al cuidado del hogar y dedicadas a la crianza de sus hijos y la atención de sus esposos, si profundizamos en el ámbito familiar, se analiza que en algunas ocasiones era víctima del maltrato por parte de su pareja (hombre), de allí la conocida frase: “Aunque pegue, aunque mate, marido es”. Sin embargo, las necesidades económicas en el hogar, producto de una sociedad cada vez más competitiva y consumista han provocado que la mujer salga de ese mundo y empiece a ingeniar como ser más productiva, desarrollando sus habilidades y destrezas para ser una emprendedora.

El empoderamiento femenino en un principio no se relacionó con la generación de empresas, más bien se gestó a partir de movimientos de cambio social, que buscaron la equidad de género. El ámbito rural es un gran ejemplo del empoderamiento femenino, la mujer indígena se convirtió en cabeza de familia como consecuencia de la migración de su pareja a otro país.

Con el pasar de los años son más las mujeres que deciden empezar su propio negocio con los recursos o remesas de su pareja o de familiares, iniciando así un proceso

de empoderamiento personal, económico, político y social. Por lo cual, las mujeres son agentes de cambio y pueden transformar las estructuras que crean discriminación y desigualdad de género, permitiéndole formar habilidades y atributos que le dan voz y voto para formar economías fuertes, sociedades estables y equitativas, para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible en la sociedad, pero lo más importante visualizar su valor como mujer.

La mujer emprendedora se caracteriza por ver las oportunidades en donde otros no reconocen más que dificultades, es una mujer de convencimiento inamovible por ello, el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe SELA (2010) menciona que entre las características de las mujeres emprendedoras en América Latina se destacan siempre, una mujer empoderada y que promueve la igualdad de género que es la clave para un desarrollo sostenible.

En Ecuador se sumaron algunas organizaciones como el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y la ONU las cuales dieron apoyo a mujeres emprendedoras, con ideales de profundizar la inclusión económica y social de mujeres beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano. Esto también se puede resaltar claramente en el último estudio del Global Entrepreneur Center 2019-2020, que muestra que las mujeres ecuatorianas lideran el número de mujeres emprendedoras en el mundo con un 34%, por delante de las mujeres de países importantes de la región como Chile. 32%, Brasil 23% y Colombia 21%.

Cabe mencionar algo sumamente importante, el ser emprendedora no es solo vender y dedicarse al crecimiento como mujeres empresarias, también educan a sus hijos, realizan actividades domésticas y atienden a su pareja, por lo que la mujer realiza jornadas largas de trabajo, generando cansancio emocional, físico y mental; sacrifican tiempo y energías por llegar a ser grandes mujeres y ejemplo de aquellos que siguen sus huellas.

De esta manera el espíritu empresarial femenino debe superar muchos obstáculos para que pueda crecer y ser rentable la empresa que va creando día a día. A través del empoderamiento, buscamos que las personas consigan sus objetivos, que se sientan capaces de conseguirlos y que pueden y deben trabajar por ellos, porque son las únicas personas capaces de conseguirlo.

3.9.1 Estrategias de emprendimiento femenino desde el empoderamiento

Las indagaciones destacan las dificultades de las mujeres para acceder al poder real y responsabilidad en las culturas organizacionales y empresariales argumentando que estos mundos están impulsados por valores centrales que excluyen a las mujeres especialmente.

Hoy las mujeres tienen más autonomía para afrontar los retos y buscar igualdad de género, así las mujeres emprendedoras son vistas como el resultado del empoderamiento de las mujeres en la sociedad poniendo en práctica sus ideales y metas buscando ser agentes de progreso y cambio. Con el tiempo la innovación de las mujeres se basa en la necesidad de crear algo nuevo y emocionante para la sociedad, de tal forma es como la mujer partió de la idea de crear oportunidades para que se destaque como líder empresarial, sin detenerse en los diferentes roles (Rodríguez, 2006).

Las mujeres han estado limitadas a cumplir con la función reproductiva, enfocándose solo al ámbito doméstico-privado, es decir, ocuparse del cuidado del núcleo familiar en situación de subordinación social, política y económica. Antes, el rol de la mujer estaba basado en ser vulnerables, conservadoras y económicamente dependientes de sus maridos; en la actualidad, las mujeres están rodeadas de derechos y libertades, lo cual posibilita una cultura de respeto, aprecio y dignidad por el trabajo como medio para el desarrollo social y económico.

Las estrategias de empoderamiento asociadas a las mujeres emprendedoras que permitirán la consecución de sus metas se detallan a continuación:

- Promoción de la participación igualitaria, consultar con los participantes solicitar sus opiniones e incluirlos en el proceso de toma de decisiones son herramientas esenciales para aumentar el empoderamiento.
- Una distribución justa del trabajo doméstico, cada vez más hombres asumen su responsabilidad en las tareas del hogar y el cuidado y crianza de los hijos lo cual inculca desde la niñez la igualdad de género.
- Desterrar los estereotipos de género, reconocer que las mujeres pueden tener las mismas capacidades para desarrollar las actividades y que no son menos idóneas por una cuestión de género.

- Capacitación e información en forma constante, para tener una base sólida y mantenerse actualizado con los últimos avances en el proceso transformador del empoderamiento.
- Análisis y reconocimiento de los resultados de su trabajo. Garantizar igualdad de trato entre hombres y mujeres que desempeñen el mismo trabajo, deben recibir la misma remuneración y beneficios.
- Afirmar los derechos de las mujeres, trabajar para prevenir y desterrar cualquier forma de violencia y discriminación hacia las niñas y mujeres y garantizar su acceso a educación y servicios de salud de calidad.
- Especialización en un área específica para maximizar la inversión de tiempo y recursos y elevarse para tener una buena estrategia de marca personal que le permita destacar.

El entorno social en el que las mujeres trabajadoras se desenvuelven nos enseña como a través de una actitud mental positiva y sacrificio se logra impulsar y cambiar su situación o posicionamiento en la sociedad e incluso en su hogar.

Sobresale la importancia de promover políticas y legislaciones que favorezcan el acceso equitativo de hombres y mujeres a los recursos, y de la disponibilidad de indicadores que den seguimiento a esta situación. Esto nos plantea la profunda necesidad de acompañar los procesos y políticas de empoderamiento de la mujer con campañas masivas de reeducación de hombres y mujeres en una cultura equitativa de género.

El empoderamiento de las mujeres es un asunto de género y no simplemente un asunto de mujeres”, porque tiene que ver con la transformación de las relaciones sociales y, en particular, de las relaciones sociales basadas en la diferencia sexual. El empoderamiento en las mujeres en el plano individual se caracteriza por el auto reconocimiento, ya que se auto valoran en su capacidad laboral y se sienten orgullosas de ello, han mejorado sus ingresos económicos y ejercen la autonomía para tomar decisiones. En el plano colectivo muestran mayor participación en las decisiones del hogar y en la gestión laboral, ya que asumen cargos en la asociación; sin embargo, es débil aún el desarrollo en las capacidades de liderazgo”.

3.10 MUJERES LÍDERESAS REPRESENTANTES DE ORGANIZACIONES EN EL ECUADOR

La historia de la mujer ecuatoriana en América Latina tiene una participación política importante, como una de las naciones líderes en reconocer e implementar el sufragio femenino; argumentando que este derecho estaba consagrado en la Constitución de 1827; Matilde Hidalgo de Procel fue la primera mujer inscrita el 2 de mayo de 1924 para su derecho al voto en una elección democrática en términos de igualdad de género y en ocupar un cargo de elección popular en el país, además de ser la primera mujer en obtener un título de Doctora en Medicina. Las mujeres ecuatorianas están buscando un espacio que sea reconocido por su trabajo y contribución al país en una sociedad dominada por hombres, que es el principal deseo de muchas mujeres en Ecuador y en otras partes del mundo.

Hoy, los nombres de mujeres representativas a nivel mundial han sido asociados a sobrenombres que les atribuyen cualidades, habilidades, actitudes y virtudes según el momento histórico en que se distinguieron. Tal fue el caso de Manuela Sainz, más conocida como "La Libertadora del Libertador", quien rompió con las convenciones establecidas para las mujeres de su tiempo y participó del proceso independentista. Anna Peralta, fue la primera mujer del movimiento en la corte real de Quito y luchó por la libertad y los derechos de la mujer. Manuela León, "la rebelde", una mujer indígena, fuerte y valiente, fue una de las principales líderes de la revolución contra el gobierno de García Moreno por sus derechos colectivos; también Hermelinda Urvina, apodada "La Aviadora", fue la primera sudamericana en ganar este título. Marietta de Ventimila Marconi, más conocida como "La Generalita", es una política y escritora de finales del siglo XIX, considerada un ícono del movimiento feminista en el Ecuador.

Hoy en día se ha podido presenciar un cambio significativo en la equidad de género, ya que las opiniones, así como los criterios de las mujeres han pasado a tener un rol fundamental en la toma de decisiones de la sociedad ecuatoriana, en su mayor parte se debe a que el género femenino ha podido crear organizaciones en donde sus líderes han luchado incansablemente para que las voces de miles de mujeres sean escuchadas, pero cabe recalcar que tiempo atrás esto no fue así, debido a pensamientos egocéntricos en los cuales se manifestaba que la mujer no tenía ni voz ni voto.

Pero a que nos referimos con liderazgo femenino, bueno se podría decir que son los diferentes ámbitos en los que las mujeres pueden participar ya sea tomando decisiones

importantes, dirigiendo grupos, aportando con ideas o estrategias que ayuden al desarrollo de una mejor sociedad; por tal motivo es que gracias a la política el concepto liderazgo femenino empieza a tomar fuerza en espacios públicos, beneficiando así a muchas mujeres ecuatorianas ya que se pudo establecer el derecho al voto, al estudio y mediante esto a tener una vida digna.

La situación en Ecuador no es diferente a la de otros países del mundo, donde se está construyendo una sociedad basada en la igualdad de género. Este panorama utópico se vislumbra, por momentos esquivo, aunque las conquistas de las mujeres en los últimos procesos electorales han ganado terreno, prometiendo visiones positivas del futuro.

El feminismo ecuatoriano admite que ha jugado un papel muy activo en la participación política a lo largo de la historia, es decir, en el tránsito de la independencia a la república, lo ve no solo como el proceso de lucha por los derechos de las mujeres, sino también como el proceso en el que las mujeres indígenas y otras, que no se dicen feministas, libraron la lucha de la descolonización, reconociendo así las luchas históricas de Lorenza Abimañay, Manuela León y Dolores Cacuango. Sin embargo, son mujeres destacadas de importancia y liderazgo político que han hecho una contribución significativa para mejorar vidas a nivel social.

Todos estos movimientos regionales que se identifican como feministas, son populares y están organizados por mujeres de la izquierda social y política, y tienen una base verdaderamente organizada. Interactúan en la política, algunas de las cuales se derivan de la lucha contra el patriarcado y los esfuerzos realizados en años anteriores para reconducir el movimiento feminista hacia posiciones feministas radicales y desafiar el modelo de personalidad neoliberal.

Los movimientos Mujeres por la Vida, Media Luna, la Asociación de Mujeres Indígenas y Diversas, la Coordinadora Política de Mujeres y el Foro de Mujeres son organizaciones regionales, movimientos independientes que participan en política con otros procesos sociales de la federación, pero no participan en grupos mixtos de forma permanente. Las mujeres luchan por la vida. El movimiento CONFEMEC Confederación de mujeres ecuatorianas por el cambio. son movimientos regionales que forman parte de una estructura compuesta. Algunas de las organizaciones de mujeres siguen siendo parte de los movimientos indígenas, en particular de la Confederación de Nacionalidades

Indígenas del Ecuador (CONAIE) y de la Confederación Nacional de Organizaciones Campesinas y Negras (FENOCIN).

El feminismo evolutivo actual ve a las mujeres como un componente necesario y reconocido de la estructura económica y, de manera similar, reposiciona las características "innatas" de las mujeres en términos de su capacidad para ahorrar dinero. Su tratamiento es coherente con el pensamiento liberal y el proyecto modernizador. La diferencia entre este feminismo y el feminismo actual es que el feminismo propuesto en la década de 1970 se expresa con el resto de las luchas populares y es parte de la raza humana, es decir, parte del patrón, aunque sea una relación patriarcal.

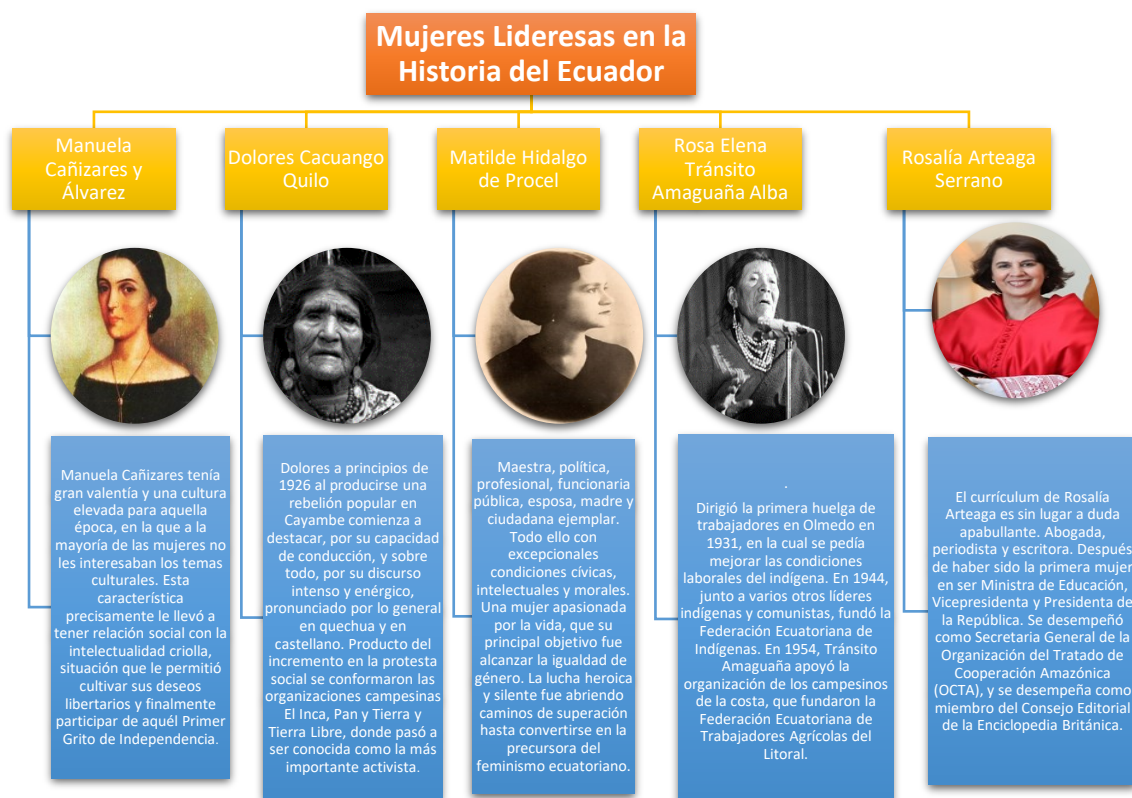
En términos de la falta de reconocimiento de las mujeres como actores políticos y la falta de una estructura para la economía y su relación con la opresión sexual, la existencia política de las mujeres puede verse como dependiente del público en general. Pero, además, debemos agregar que no toda la inclusión de la mujer en los programas de desarrollo resolvió los problemas masivos de desigualdad de género que existían en el país, y no solo eso, sino que esta lógica ve a las mujeres como defensoras de la estructura económica y productiva, pero en mayores condiciones de explotación y opresión.

De hecho, la modernización de base marginal significa exacerbar la carga de trabajo global desigual en las relaciones de género, pero donde la esclavitud y la precariedad de las condiciones laborales de las mujeres hacen que se constituya en una región que no encaja en el capitalismo. Posteriormente, con el auge del neoliberalismo, las mujeres serían parte del modelo capitalista, pero en condiciones de dependencia e inestabilidad además de soportar una mayor carga laboral global.

En el contexto de la revolución civil, involucrar a las mujeres en los programas de desarrollo significó reestructurar su capacidad productiva, apoyar la economía y sostener la economía de los conflictos. Actualmente, el paradigma gubernamental reemplaza la idea política de pueblo, por ciudadanía donde las cosas son políticamente abolidas y sometidas a sometimiento. Incluso en la década de 1980, las feministas socialistas, al igual que el enfoque GAD, reconocieron a las mujeres como agentes de cambio y apoyaron la necesidad de las mujeres de construir órganos representativos y sus propias políticas.

Seguidamente, en la Figura 12, se describen cinco mujeres que son un ejemplo de liderazgo social y que dejaron un legado innegable en la historia ecuatoriana.

Figura 12. Mujeres lideresas en la historia del Ecuador



Fuente: elaborado por los autores

A continuación, se presenta las características que determinan un verdadero liderazgo femenino:

- **La empatía y orientación a las personas:** Son sociables y elocuentes ofreciendo un gran potencial para el cumplimiento de los compromisos, tanto en términos de objetivos organizacionales como en proyectos específicos. Además, socializan con facilidad y establecen una conexión personal con el equipo, valorando no solo el aspecto laboral sino también el emocional.
- **Tendencias de colaboración:** Esto hace que el trabajo en equipo sea más natural, ya que aceptan e incluyen activamente a las personas. También se preocupan por procesos ordenados y saludables. Las líderes femeninas fomentan naturalmente

un liderazgo más horizontal al fomentar la participación de todos los miembros del equipo. Tienden a aceptar y solicitar opiniones, sugerencias o ideas de todos los miembros.

- **La capacidad de actuar en muchas direcciones:** Tienen una habilidad innata para pensar y actuar simultáneamente en múltiples direcciones o temas. Pueden realizar diferentes acciones simultáneamente y tienen fuertes habilidades analíticas, lo que le da una ventaja a la hora de tomar decisiones y manejar situaciones de crisis.
- **Tienen capacidad de negociación:** Promueven el debate colaborativo y participativo tan necesario en las actuales dinámicas sociales y económicas que requieren de líderes más solidarios, flexibles y cooperativos, que no se centren únicamente en los intereses económicos.
- **Más predisposición al cambio:** Las mujeres líderes son flexibles y están abiertas a nuevos enfoques o productos que contribuyan a la innovación. Estilo revolucionario, valiente, centrado en las personas, flexible, comunicativo y persuasivo.

World Vision Ecuador (2022), señala algunos datos sobre el estado del liderazgo femenino en Ecuador:

- Ecuador es el segundo país en la región con el mayor número de legisladoras mujeres alcanzando un total de 57/137 representantes.
- Hasta enero de 2014, Ecuador ocupó la posición 39 en el mundo con respecto a secretarías de estado, con 8 de 36 carteras lideradas por mujeres.
- A pesar de la normativa para que exista paridad en las listas solamente 2 de 23 prefectos son mujeres, mientras que 21 mujeres ocupan las vice prefecturas.
- Los salarios de las mujeres son entre un 13 y un 26% menor que los de sus pares hombres.
- Las mujeres en el área rural trabajan en promedio 23 horas más cada semana que los hombres.

El liderazgo femenino es un requerimiento dentro de las sociedades actuales, a través de este se pretende alcanzar la igualdad de oportunidades, mejores condiciones

laborales y la lucha contra la violencia de género, que permitan espacios de desarrollo más justos y equitativos.

3.11 FINANZAS INCLUSIVAS PARA MUJERES EMPRENDEDORAS

Los roles de género desiguales tienen implicaciones para los aspectos más básicos de la autodeterminación, la dignidad y la libertad, que a su vez influyen en la inclusión financiera, o la falta de ella (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2022).

La gran mayoría de personas pobres del mundo actualmente no tienen acceso a servicios financieros de instituciones formales; en los países en vías de desarrollo las personas de escasos recursos económicos y las micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan grandes limitaciones para poder acceder a servicios financieros de instituciones financieras formales debido, entre otros, a sus bajos ingresos, la informalidad en la que operan y la falta de garantías (Rivera & Guerra, 2019).

La inclusión financiera hoy por hoy es un factor importante para todas las mujeres, ya que, por su intermedio, logran alcanzar el empoderamiento y tomar control de sus vidas, a través de la generación de ingresos mediante el desarrollo de actividades productivas, abriéndoles así la puerta a la independencia económica.

El emprendimiento es hoy en día un pilar fundamental en el desarrollo económico y la generación de empleos en el mundo para cualquier persona, aunque hemos presenciado cómo las mujeres son marginadas al momento de querer acceder a un financiamiento para sus emprendimientos debido a los prejuicios que aún existen en muchas sociedades.

Para cubrir este problema ha surgido la necesidad (especialmente de la banca) de enfocar varios estudios que vayan directamente relacionados a observar y dar una solución para estos emprendimientos. Por lo tanto, es necesario modificar ciertos modelos, ya que las mujeres están menos dispuestas a iniciar un emprendimiento que los hombres y, esto se debe a los paradigmas que existen aún sobre el género femenino en varias partes del mundo generando una desigualdad de oportunidades como el acceder a un servicio financiero (Navas & Moncayo, 2019).

A nivel de bancos algunos ha accedido a brindar programas y créditos dirigidos a mujeres emprendedoras; esta inclusión representa un precedente significativo de cara a

evaluar como las mujeres manejan de mejor manera los recursos financieros destinados a sus emprendimientos y también para promover la participación igualitaria al momento de acceder a un crédito.

Según (Dastourian et al., 2017), involucrar a más mujeres en el sistema financiero oficial es un reto muy grande para el país. Según una encuesta, cuatro de cada diez mujeres ecuatorianas no tienen acceso al sistema financiero oficial a través de servicios simples como las cuentas de ahorro, y además solamente una de cada diez ecuatorianas tiene acceso a un préstamo o crédito con una institución financiera.

La inclusión financiera de las mujeres que tienen la capacidad de emprender en cualquier área contribuye a su independencia económica y desarrollo personal o profesional; además, es una herramienta clave para la reducción de agujeros económicos en sus vidas y para la erradicación de la pobreza que aún hoy viven muchas mujeres en Ecuador y el mundo.

Los recursos obtenidos a través de varios organismos internacionales para programas de inclusión de las mujeres emprendedoras, ha logrado brindar esa apertura a un crédito sostenible, donde las emprendedoras usaron este beneficio para generar ingresos en la producción de sus negocios, abrir campos de trabajo para otras mujeres y, sobre todo, generar ingresos propios para su familia y su bienestar (ASOBANCA, 2022).

La inclusión financiera es un elemento facilitador clave para reducir la pobreza y promover la prosperidad (Banco Mundial, 2022). La perspectiva del Ecuador respecto a la financiación inclusiva ha tomado un gran incremento en las instituciones financieras privadas como una herramienta que permite que la población mantenga medios de subsistencia, adquiera activos y gestione riesgos relacionados a la salud; permitiendo dinamizar un ecosistema institucional que propicie la implementación de acciones favorables para la igualdad de género en el sistema financiero, generando mecanismos institucionales para el adelanto de la mujer, y las entidades financieras como agentes claves para proporcionar un mejor entorno para el financiamiento. Además, las mujeres son las principales beneficiarias de este tipo de crédito en el país, ya que tienen un mejor manejo que los hombres sobre la economía y mucha más capacidad de administrar cuando emprenden en algo que les motiva y agrada.

En el Ecuador, tanto la banca como la pública, han tomado decidido promover un mayor énfasis a emprendimientos femeninos sobre todo en sectores de vulnerabilidad económicamente bajos, el Estado ayuda con su participación a través del Bono de Desarrollo Humano, sobre todo en mujeres de extrema pobreza; la finalidad de la entrega de este bono, es la firme intención de lograr fomentar el emprendimiento, pero cabe recalcar que en muchísimos casos esto no ocurre, debido a que es mayor la necesidad de subsistencia diaria y la falta de conocimiento para llevarlo a cabo (Navas & Moncayo, 2019).

Se ha demostrado que el acceso a servicios financieros tiene un impacto positivo en el desarrollo económico de un país. Consecuentemente, a nivel internacional se están realizando diferentes esfuerzos para dar acceso a servicios financieros de alta calidad a un número significativo de personas de escasos recursos económicos. Las estrategias seguidas en cada país pueden tener sus propias particularidades, sin embargo, todas coinciden en señalar que la inclusión financiera constituye un medio efectivo para mejorar las condiciones de vida de los más pobres (Rivera & Guerra, 2019).

La inclusión financiera vista desde la teoría y expuesta desde la perspectiva de varios autores y organizaciones se basa en las siguientes dimensiones. Ver figura 13.

El acceso se refiere a un proceso que incluye la vía para que las personas y las empresas hagan uso de los productos y servicios financieros; con el objeto de facilitar la transaccionalidad financiera, determinar el grado de su uso, la calidad con bajo costo y la diversidad de productos financieros que sean útiles y que satisfagan las necesidades de los usuarios.

En lo referente a la protección al usuario financiero, se requiere la adhesión de la población al sistema financiero formal, que garantiza la protección del cliente. El proceso de regulación se establece en la Constitución de la República en su Art. 308, que define a las actividades financieras como un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la Ley.

La educación financiera se expresa mediante la aplicación de actividades de sensibilización y educación financiera hacia todos los segmentos de la sociedad, la inclusión financiera requiere de clientes con educación. Finalmente, se genera el bienestar al integrar a la ciudadanía y al sector empresarial en el sistema financiero que pretende ofertar igualdad en cuanto a posibilidades y oportunidades.

Figura 13. Principales dimensiones de la inclusión financiera desde la teoría



Fuente: Rivera & Guerra (2019)

De acuerdo a los datos disponibles por Global Findex del Banco Mundial para el 2017 solamente el 13% de la población mayor a 15 años tuvo acceso a ahorros productivos, el nivel de cobertura llega al 17% de la población, esto nos ubica debajo del indicador global de América Latina y el Caribe, además el 14% de población accede a ahorro y el 21% a créditos (Asociación de Bancos del Ecuador, 2021).

De acuerdo a estos datos para el 2020 varias instituciones financieras privadas del Ecuador forman parte de la Estrategia Nacional Inclusiva Financiera mismas que están relacionadas con: acceso e infraestructura de pago, oferta de productos y servicios financieros digitales y financiamiento a PYMES e infraestructura de crédito (Asociación de Bancos del Ecuador, 2021). Algunos de los obstáculos para la inclusión financiera:

Figura 14. Obstáculos en la inclusión financiera

Obstáculos para la inclusión financiera	Conocimientos financieros
	Enfoque monoproducto de las microfinanzas
	Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes
	Riesgo del cliente
	Protección inadecuada al cliente
	Falta de interés en gestores de políticas públicas
	Estructuras de costos de productos
	Costos de abrir y operar agencias

Fuente: Gardeva & Rhyne (2011)

Principales instituciones financieras en el Ecuador que han apoyado a las mujeres emprendedoras:

Figura 15. Principales instituciones financieras que apoyan el emprendimiento

BANECUADOR B.P	• Durante el período del 09 de mayo del 2016 al 31 de julio del 2017, las mujeres han sido beneficiarias del 69,07% de las operaciones de crédito, generando así ingresos de autogestión, hábitos y priorización de consumo de bienes y servicios, además de fortalecer la capacidad de la mujer para la decisiones de producción y consumo, e incorporación social.
BANCO PICHINCHA	• Está entidad da acompañamiento técnico para emprendedoras ofreciendo evaluaciones financieras de los proyectos para dar una guía a las mujeres. • Además brinda capacitaciones y asesorías personalizadas con certificaciones internacionales que avalan la experiencia en atención en las microempresas, esto constituye garantías para el fortalecimiento de las microfinanzas.
CREDIFE DEL BANCO DEL PICHINCHA	• Está entidad ofrece cuentas de ahorros a microempresarias de bajos ingresos.
BANCO SOLIDARIO	• No cuenta con productos específicos para emprendimientos, pero otorga créditos de fácil acceso.
BANCO DE LOJA	• Brinda un micro asesor y CrediPymes, con el propósito de solventar necesidades de financiamiento para capital de trabajo e inversión de capital para microempresarios.
BANCO PROCREDIT	• Está orientado a las micro, pequeñas y medianas empresas, manejando las tasas referenciales del mercado.
BANCO DE GUAYAQUIL	• Los créditos están dirigidos a la empresa y micro empresa para diferentes sectores productivos del país.
CORPORACIÓN NACIONAL DE FINANZAS POPULARES (CONAFIPS)	• Diseña, propone e impulsa productos financieros en concordancia con la economía popular y solidaria. • Se orienta en promover el acceso a financiamiento en zonas de mayor pobreza, en condiciones adecuadas y bajas tasas de interés. • Las mujeres emprendedoras de la economía popular y solidaria tuvieron participación en un 19,29% en cuanto a cartera y un 32,44% en cuanto a números de operaciones
COOPERATIVA PADRE VICENTE PONCE RUBIO	• Se fundamenta en grupos de mujeres, cuyo objetivo es la inclusion financiera de mujeres vulnerables, manteniendo así un 70% de mujeres como socias bajo una visión de empoderamiento e independencia.
RED DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE DESARROLLO	• El norte de la red es el impulso de la inclusión financiera con y desde la mujer, con un enfoque donde no siempre hay una segregacion hacia hombre y mujeres sino buscando la igualdad de género.
VISION FOUND ECUADOR	• Brinda inclusión financiera a personas excluidas del sistema financiero tradicional.
FUNDACIÓN ESPOIR	• Organización privada de microcrédito, su principal cliente son las mujeres de escasos recursos económicos, con necesidades básicas insatisfechas que estén dispuestas a mejorar sus ingresos, capacidad de gestión, salud y buscar el bienestar de sus familias • Los principales servicios son: microcréditos, grupo de créditos, créditos emergentes, créditos escolares y créditos para impulsar actividad agropecuarias.

Fuente: elaborado por los autores

3.12 EXPERIENCIAS DE EMPRENDIMIENTO LIDERADOS POR MUJERES

La mayoría de los emprendimientos formados en el Ecuador se inclinan para atender las necesidades de sectores importantes y grupos vulnerables con mayor eficiencia, incentivando al sector de MIPYMES para generar altos beneficios económicos y los beneficios sociales para impulsar una economía más sostenible, donde la gestión gubernamental promueva un mayor apoyo con políticas de comercio justo y desarrollo local; es así que se describirá algunos emprendimientos impulsados en el país y liderados por mujeres.

3.12.1 FLORASANA

Es un emprendimiento familiar originario de Puyo en la provincia de Pastaza, liderado por Rosa Canelos perteneciente a la nacionalidad Kichwa, dedicado a la herboristería, elabora productos naturales tales como: infusiones, pinturas, pomadas, jarabes, aceites esenciales, jabones y confitados de jengibre y distribuye plantas medicinales cultivadas en huertas agroecológicas y no tienen conservantes ni colorantes añadidos a fin de garantizar la buena salud. Esta empresa creada hace 15 años no fue pensada solo con un fin comercial, sino también fue desarrollada para fortalecer la medicina ancestral de los pueblos amazónicos que se estaban perdiendo.

Imagen 6. FLORASANA



Fuente: (florasana.org, 2023)

FLORASANA está comprometida en conservar y proteger la naturaleza a través de aplicar principios internacionales sobre la conservación de plantas medicinales y generan estrategias para la protección de las especies endémicas en peligro de desaparecer en los bosques tropicales de la Amazonía. En lo referente al proceso de sensibilizar a la gente, se imparten capacitaciones a estudiantes sobre cultivo, transformación y conservación de las plantas medicinales y promover una salud más integral entre la población.

En 2018 se creó la Fundación Sacha Warimi para apoyar los temas de promoción y capacitación, FLORASANA ha compartido sus experiencias con grupos asociativos de mujeres de distintas organizaciones, con el fin de fortalecer la medicina ancestral y la

cultura de los pueblos y nacionalidades indígenas, permitiendo generar ingresos económicos y fomentar la autonomía.

Imagen 7. Productos de FLORASANA



Fuente: (florasana.org, 2023)

3.12.2 TE QUIERO VERDE

Imagen 8. Tienda Te quiero verde



Fuente: (tequieroverde.com.ec, 2023)

Es una empresa fundada en 2017 por Andrea y Tomás, una pareja joven, en la ciudad de Quito, quienes inspirados en su experiencia y afición por un estilo de vida más saludable crearon este emprendimiento social que oferta alimentos de calidad al peso, biocosméticos, artículos de limpieza y de hogar, los mismos que se pueden comprar desde un gramo en adelante, sin empaques plásticos y de esta forma incursionar en una nueva

forma de consumir amigable con el medio ambiente y bajo el concepto del consumo responsable.

Actualmente la empresa posee dos puntos de venta en Quito y está aplicando la modalidad deliveries, con una variedad de más de 1000 productos al peso, de los cuales más de un 80% son producto nacional y otros importados, todos son naturales, cuidadosamente seleccionados y a un precio justo.

3.12.3 CHOCOLATES PACARI

La empresa ecuatoriana chocolatera nació de la mano de Carla Barbotó y Santiago Peralta, en el año 2002, su producto es considerado uno de los chocolates más finos del mundo y son considerados uno de los más importantes productores – exportadores de chocolate de aroma fino del Ecuador. Se trata de un emprendimiento ejemplar que logró posicionarse conjugando el ámbito comercial, ambiental y la justicia social. Su slogan: “No queremos ser el mejor chocolate del mundo. Queremos ser el mejor chocolate PARA el mundo”. En tan solo 6 años iniciaron sus exportaciones desafiando el mercado y posicionándose en el competitivo mercado globalizado.

Imagen 9. Fundadores Paccari



Fuente: (paccari.com, 2023)

Actualmente, la empresa trabaja directamente con más de 3500 agricultores ecuatorianos de pequeña escala, sin intermediarios, con quienes comparten conocimientos de procesos orgánicos y biodinámicos y de comercio justo. Fomenta, igualmente, el desarrollo sostenible y armónico con la naturaleza al compartir una cultura y práctica sostenible de conjunto con los productores tradicionales.

Imagen 10. Chocolates Paccari



Fuente: (paccari.com, 2023)

Cada barra de chocolate es la manifestación del alma de la comunidad inspirada en la sostenibilidad y la cultura ancestral del chocolate, ofertan alrededor de 35 sabores, utilizando el chocolate “arriba” reconocido mundialmente por su calidad, cada pepa de cacao es seleccionada manualmente para obtener las de mejor calidad. La empresa ha ganado más de 207 premios a nivel nacional e internacional.

3.12.4 FLORAROMA

Imagen 11. Rosas FLORAROMA



Fuente: (floraroma.com.ec, 2023)

El sector florícola del Ecuador ha crecido en los últimos años, de manera trascendental por ser rico en recursos naturales, cuenta con una excelente zona geográfica pues al localizarse en la mitad del mundo, la exposición solar durante el día es entre 10 y 12 horas lo que permite que el crecimiento de la flor sea el mejor, la temperatura es estable durante todo el año lo que permite que la cosecha también se mantenga estable, es así

como nace FLORAROMA S.A. un emprendimiento ecuatoriano en el año 2006, en Cayambe al norte de la capital del Ecuador, se caracteriza por producir y ofrecer al mundo las mejores rosas de exportación del Ecuador.

Está conformada por tres fincas con una extensión total de 68 hectáreas y 55 hectáreas en producción, con una producción diaria de 165.000 tallos, 83 variedades de rosas en constante innovación y 3 variedades de rosas de jardín, además, piensa siempre en el beneficio de sus clientes, por lo cual, ha hecho varios estudios de optimización de empaque sacándole el mayor provecho en la relación peso/volumen, por lo cual sus cajas cuentan con la medida perfecta para garantizar que el producto llegue en las mejores condiciones (floraroma.com.ec, 2023).

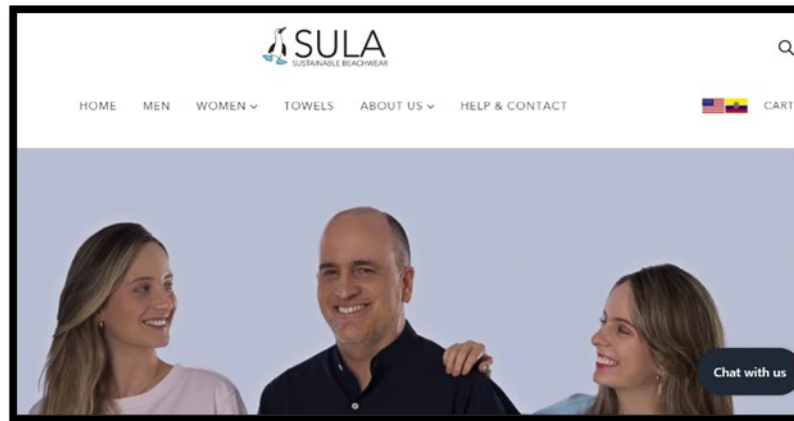
3.12.5 SULA SUSTAINABLE BEACHWEAR

Sula fue creada en 2021 por las hermanas Valentina y Macarena Morillo y su padre Mauricio Murillo, quienes son apasionados por la biodiversidad de las islas Galápagos y quisieron crear una empresa social cuyo compromiso es contribuir a la preservación de las islas. Su estrategia de comercialización es a través de e-commerce, pero su estrategia no solo incluye un catálogo de ropa, es una plataforma para aprender sobre la biodiversidad de las islas y la importancia de su conservación.

La empresa surgió en medio de la pandemia por la Covid 19, Macarena comenzó a dibujar bocetos de trajes de baño y otros productos de ropa de playa inspirados en la fauna de Galápagos y se dio cuenta de que la moda es una estrategia poderosa para crear un movimiento. De aquí surge el concepto de moda sostenible, la empresa desarrolla un tejido de poliéster reciclado a partir de botellas de plástico ecuatorianas y trabaja con algodón orgánico.

Sula Sustainable Beachwear, cuenta por el momento con una colección de trajes de baño, hoodies y otros accesorios de playa. Además, el 20% de las ganancias son donadas al The Galapagos Science Center (GSC), creado por la Universidad de Carolina del Norte y la Universidad San Francisco de Quito en 2011. También está siendo parte de un proceso de economía circular en la moda, industria que según la ONU representa aproximadamente el 10% de las emisiones globales de carbono y casi el 20% de las aguas residuales.

Imagen 12. Sula Sustainable Beachwear



Fuente: (sulabeachwear.com)

Imagen 13. Productos Sula Sustainable Beachwear



Fuente: (sulabeachwear.com)

3.12.6 PLATAYUC

La yuca es el cuarto cultivo más importante en los países en vías de desarrollo y el séptimo en el mundo, la empresa ecuatoriana PLATAYUC se dedica a realizar chips de yuca y verde 100% orgánico, empezó a operar en el 2011, en la empresa trabajan 41 personas; 32 en el área operativa y 9 en la administrativa, en la cual las mujeres son el 90% de los colaboradores.

Imagen 14. Platayuc



Fuente: (agroscopio.com, 2023)

La empresa impacta positivamente en la vida de 180 pequeños productores, al asesorarlos y acompañarlos en el proceso para garantizar un producto de excelente calidad

y con la aplicación de los principios de Comercio Justo. La empresa funciona como centro de acopio para pelar el plátano y la yuca, con una capacidad para 75.000 kilos, de los cuales se exporta entre 25.000 y 50.000 kilos semanales a los Estados Unidos de Norteamérica. Gracias a 10 certificaciones que posicionan a Ecuador como el primer productor de chifle orgánico sus ventas se extienden a Europa y Asia.

3.12.7 PROYECTO FORSANDINO

El proyecto “Fortalecimiento de Organizaciones Indígenas y Apoyo al Rescate de Productos Tradicionales en Zonas Altoandinas de Ecuador y Perú” ha trabajado en la provincia de Chimborazo, fortaleciendo las organizaciones indígenas locales, mediante la generación de oportunidades y creación de emprendimientos, para rescatar sus productos tradicionales, la producción de la agricultura familiar y su cultura ancestral.

Entre los productos elaborando están harinas, mashua, helados, artesanías, carne de llama y sus derivados, mermeladas, pomadas y una panadería con el apoyo financiero del grupo.

Imagen 15. Proyectos FORSANDINO



Fuente: flickr.com

Las instalaciones han sido creadas con los propios beneficiarios comercializando sus productos en la comunidad y en organizaciones vecinas, los productos de la comunidad son ofertados en talleres organizados, ferias de emprendimientos, giras de intercambio entre comunidades, para darlos a conocer y generar ingresos en la comunidad, es importante mantener la motivación para que exista la participación y compromiso de la población.

3.12.8 ASOCIACIÓN DE MUJERES INDÍGENAS MUSHUK KAWSAY

En la Asociación de Mujeres Indígenas Mushuk Kawsay, una empresa comunitaria conformada por 16 mujeres indígenas de la comunidad Calerita Santa Rosa en Chimborazo, desde el año 2016 elaboran yogurt con mashua, un producto cien por ciento orgánico, rico en proteínas y vitaminas, que lo convierte en un producto medicinal preventivo para enfermedades como el cáncer. Es un método alternativo que les proporciona un importante ingreso económico.

Imagen 16. Asociación de Mujeres Indígenas Mushuk Kawsay



Fuente: Marquez, (2019)

La organización se dedica también a la agroecología, a la protección y cuidado de los páramos sembrando plantas nativas utilizando abonos orgánicos, a la crianza de especies menores y además realizan artesanías con fibra de alpaca y borrego.

María Cutiupala, presidenta de la Asociación expresa: “Las mujeres aquí siempre han sido menospreciadas incluso por sus mismos esposos. Pensaban que solo tenían que dedicarse al cuidado de la casa y de los hijos, por eso un día decidimos fundar una organización de mujeres”. Cada socia trabaja por igual, los jueves se reúnen para sembrar, cosechar, desherbar los terrenos. Para la venta del yogurt de mashua tienen comisiones para elaborar el producto y entregarlo, el cual se comercializa en las ferias los viernes y sábados en Riobamba.

3.12.9 ECOVIE

Mariana Carvajal emprendedora de la ciudad de Ambato, menciona que todo empezó por un sueño que consistía en producir leche de soya que luego vendería a sus familiares y vecinos. Pero con el transcurso del tiempo surge la necesidad de obtener un

ingreso económico y elaborar su bebida de manera más técnica para que cumpla con los estándares de calidad, lo que la motivo a capacitaciones.

Imagen 17. ECOVIE



Fuente: Maisanche, (2018)

De esta manera es como nace su emprendimiento denominado ECOVIE, ha sido parte de la Corporación Civil para el Desarrollo Económico de Ambato y Tungurahua (CorpoAmbato), la organización le capacitó en imagen corporativa, plan de negocios, marketing, entre otros temas importantes para su crecimiento.

Ofrece productos orgánicos como: leche de alpiste, leche de quinua, habas y arvejas tostadas tiernas, todo su producto no contiene colorantes, saborizantes y otros químicos. Productos procesados con miel de abeja y mezclados con amaranto, quinua y granola. Artículos de cuidado personal como jabón de manos con sábila, champú para cabello, acondicionador capilar y crema.

3.12.10 RED DE MUJERES LÍDERES (RML)

La Red de Mujeres Líderes, es una asociación que nace en el 2015 para apoyar y empoderar a las mujeres en sus emprendimientos, conformada por mujeres profesionales de distintas áreas del conocimiento, comprometidas con apoyar a otras mujeres, a través de servicios, proyectos e iniciativas, en un verdadero modelo de trabajo colaborativo.

La red es una organización internacional con sedes en Ecuador, México, Canadá, España, Francia y Países bajos, en nuestro país desarrolla sus actividades en Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos, El Oro, Santo Domingo de los Tsáchilas, Pichincha, Azuay, Loja, Napo y Morona Santiago.

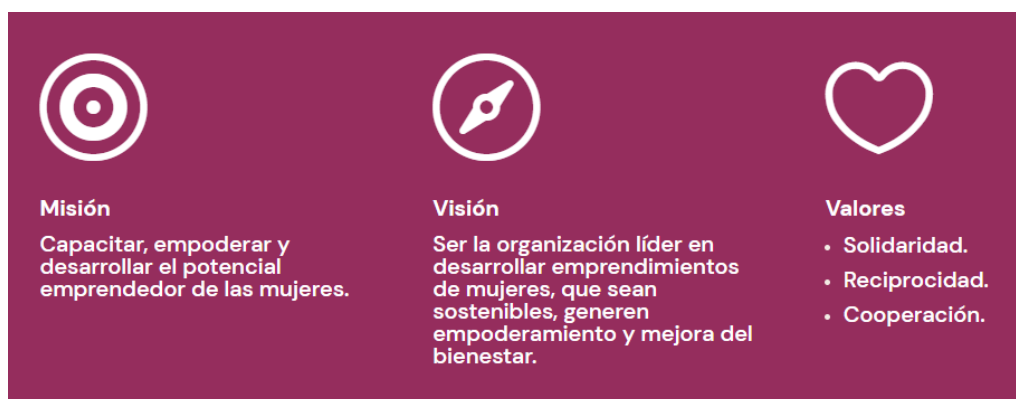
Imagen 18. Red de Mujeres Líderes



Fuente: redmujereslideres.com (2023)

La red es una comunidad de apoyo que construye relaciones de confianza, espacios para el aprendizaje y la solidaridad, sobre la base de la reciprocidad, al brindar acompañamiento y capacitación, utilizando la asociatividad como estrategia para fortalecer los emprendimientos, optimizar los recursos y potenciar las oportunidades.

Imagen 19. Misión, visión y valores de la Red de Mujeres Líderes



Fuente: redmujereslideres.com (2023)

CAPITULO IV

DESARROLLO DE COMPETENCIAS BÁSICAS PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

4.1 DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

El término competencia en latín significa: la gama de temas en los que una persona tiene conocimientos y experiencia (Cortés, 2023).

Para (Peña, 2019) por competencia se entiende a las habilidades y capacidades que debe tener una persona para desempeñar unas funciones específicas en un lugar de trabajo, que le permita desenvolverse de manera óptima y eficiente en sus labores diarias, de tal forma que contribuya a lograr los objetivos y metas organizacionales en correspondencia con los objetivos personales.

Al hablar de competencias para el emprendimiento social se hace referencia a un ser humano que se adapta fácilmente a un mercado laboral flexible y cambiante, en el que se desenvuelve de manera creativa e innovadora. El desarrollo de competencias permite que los individuos desarrollen un proyecto empresarial o social, que tienen como fin generar el crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta manera como un proyecto social integrado.

El Ecuador es el país donde más mujeres emprendedoras impulsan iniciativas de negocios, el reporte de Global Entrepreneurship Monitor indica que el 33,6% de mujeres entre 18 y 64 años, es emprendedora.

La importancia de la competencia de un emprendedor radica en la resolución de diferentes problemas, logrando así alcanzar cada uno de los objetivos que se plantea, cabe mencionar que la actitud correcta y las competencias para el emprendimiento social pueden aprenderse y trabajarse; recogiendo el conjunto de conocimientos, habilidades, valores y actitudes que hacen posible llevar a cabo, de manera responsable y eficaz, cualquier actividad en el ámbito personal, social y laboral. No se trata solo de desarrollar una actividad emprendedora concreta, sino de mejorar las habilidades básicas para el impulso profesional, personal e interpersonal.

Figura 16. Dimensiones de la competencia



Fuente: Elaborado por los autores.

En la Figura 16, se esquematiza que las competencias son el resultado de la interactividad de los conocimientos, las capacidades y las habilidades. Los conocimientos incluyen un componente teórico y práctico -lo que debe ser y lo que se debe hacer- conjugados permiten llevar a cabo lo requerido por la competencia. Las capacidades están relacionadas con las particularidades de las personas para gestionar las situaciones – motivación por el logro, iniciativa, proactividad, autocontrol- entre otras. Finalmente, las habilidades son destrezas innatas o adquiridas que se han hecho visibles a través de los requerimientos laborales – resolución de conflictos, planificación y dirección de actividades, organización, entre las más importantes.

Las competencias constituyen uno de los ejes fundamentales que el empresario debe tener y ser la base para orientar la formación de emprendedores. Recientemente la teoría de las competencias ha incursionado con fuerza en escenarios diferentes como son la economía, la empresa y la misma educación. Las competencias emprendedoras deben tener como fundamento la dimensión ética, por lo que los emprendedores han de interiorizar que todas las acciones y comportamientos que realicen se regirán por normas morales basadas en el respeto al resto de personas y a la naturaleza.

4.2 PERFIL DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

Los emprendimientos sociales que generen impacto y que se enfoquen en solucionar problemas socioeconómicos y medioambientales, permiten suplir las necesidades de fuentes de trabajo en nuestra sociedad, sin embargo, emprender no es una tarea fácil, lo cual nos lleva a reflexionar ¿Se nace o se hace emprendedor?, para responder esta interrogante se comprende que existen habilidades intrínsecas y otras que se pueden que una mujer emprendedora debería desarrollar.

Sin duda, se marca un antes y después del papel de la mujer dentro del contexto social, el cual es importante para entender cuándo, cómo y por qué surge el espíritu emprendedor de la mujer. De modo que, existen factores que influyen directamente para que una mujer desee emprender, tales como la insatisfacción con el cargo, el estatus laboral, calidad de vida, el grado de autonomía y autoestima. El emprender les da la oportunidad de ser económicamente independientes y organizar su tiempo.

Antes de analizar las competencias se debe abordar el tema del espíritu emprendedor que se concibe como los rasgos de personalidad que se reflejan en el sentir, pensar y actuar (Peña, 2019). Por otra parte, siete dimensiones del espíritu emprendedor son reconocidas: el comportamiento innovador, la motivación de logro, la auto eficiencia emocional, el liderazgo, la proactividad y la tolerancia a la incertidumbre (Ornelas et al, 2015).

Las cualidades de las personas emprendedoras entre otras son las siguientes:

- Son positivas y gestionan adecuadamente la adversidad y los riesgos.
- Organizan sus prioridades.
- Se capacitan en emprendimiento para mejorar sus productos o servicios.
- Actitud proactiva ante las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.
- Son líderes con visión y objetivos claros
- Relaciones interpersonales que le permiten relacionarse e influir en los demás.

La motivación por emprender para ayudar a resolver un problema o necesidad social y la creación de valor sostenible son las características clave que diferencian el perfil de una persona emprendedora social frente al perfil de cualquier persona

emprendedora. Estas competencias persiguen desarrollar un perfil de una persona emprendedora social, cuya motivación principal sea generar un cambio social profundo y duradero y no solo el beneficio económico.

4.3 MODELO DE ENSEÑANZA POR COMPETENCIAS

La aplicación del enfoque de competencias laborales se inició en Reino Unido en 1986; posteriormente fue asumido por Australia (1990) y México (1996), a través de políticas impulsadas por los respectivos gobiernos centrales para consolidar sistemas nacionales de elaboración, formación y certificación de competencias, con el propósito de generar competitividad en todos los sectores de la economía. En otros países como Alemania, Francia, España, Colombia y Argentina, dichos sistemas han sido promovidos por la acción de los Ministerios de Educación, Empleo y Seguridad Social. En Estados Unidos, Canadá, Japón y Brasil, entre otros, surgen por iniciativa de empresarios y trabajadores para propiciar la competitividad de algunos sectores económicos.

Desde de la revolución industrial hasta la actualidad ha existido una modificación en las estrategias empresariales, pasando de una estrategia competitiva basada en la disminución de los costos de producción a una estrategia de investigación y tecnología debido al rápido desarrollo tecnológico, la continua modificación de las preferencias de los consumidores, por lo tanto, las competencias en el ámbito productivo han tomado gran importancia en la actualidad para la adaptabilidad de los trabajadores y quienes conforman la empresa a las nuevas estrategias.

El modelo de enseñanza por competencias permite el entrenamiento de las habilidades emprendedoras de manera interdisciplinar y sistemática, proceso iniciado en luz a través del proceso modernizador del currículo por competencias; en este sentido, sería conveniente considerar una competencia general que se denomine aprender a emprender.

Según Rivera & Vega, (2015) para formar en competencias, lo primero que se debe establecer es un marco de competencias para el emprendimiento social (MCES) que ofrezca una base sistemática sencilla y eficaz para secuenciar los contenidos y poder valorar los niveles de desempeño. Por lo tanto, se puede mencionar que las competencias contenidas en el emprendimiento social capacitan a la persona para un liderazgo creativo

capaz de poner por obra las innovaciones ideadas con las que no sólo generen un impacto social que disminuya en algo los síntomas de injusticia sino sobre todo catalicen el cambio de forma que transformen el sistema que causa los síntomas.

El desarrollo de competencias para la realización de emprendimientos permite que se involucre a la juventud a la búsqueda de soluciones a los problemas, contando con habilidades de desenvolvimiento adecuadas y dando como resultado cambios positivos y sin esperar que alguien más se haga cargo de dar soluciones.

Las estrategias de aprendizaje de competencias deben presentar objetivos claros en cuanto a lo que se busca lograr en los estudiantes y debe expresarse a través de las actividades a desarrollarse; cabe destacar la importancia de aprender a aprender, lo que involucra que los entes receptores de conocimiento deben establecer procesos de aprendizaje personalizados los cuales se pueden adquirir a través del estudio de diferentes estrategias didácticas, y adaptándolas a las necesidades propias.

Las competencias en los emprendedores juegan un papel importante en el desarrollo adecuado de los proyectos, por lo que es importante desarrollar las competencias necesarias teniendo en cuenta el ámbito en que se desarrollará el futuro emprendedor. Existe gran relevancia de los emprendimientos sociales debido a la necesidad actual de mejoras sociales, razón por la que los emprendedores deben estar preparados para enfrentarse a los retos modernos, dicha preparación requiere el trabajo conjunto del educador al aplicar estrategias de enseñanza adecuadas, así como del estudiante al buscar métodos y estrategias de captar la información.

4.4 COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR

El emprendimiento social es una actividad que explora las oportunidades para crear, sostener, distribuir y diseminar valor social y/o ambiental a través de innovación social. Por otro lado, la empresa social es una organización que “emprende operaciones de negocio innovadoras que sean autosustentables y garantice la creación, sostenibilidad, distribución y/o diseminación de valor social o ambiental” (García et al., 2020). Desde esta perspectiva, se crea un panorama más claro respecto a lo que significa emprender con impacto social, y, por lo tanto, identificar el perfil de competencias que se requiere para ser emprendedor.

Dentro del campo de estudio del emprendimiento social se ha encontrado la necesidad de diferenciarlo del emprendimiento tradicional o comercial. La principal diferencia del emprendimiento comercial radica en que este busca la generación de riqueza.

Las habilidades emprendedoras incluyen la capacidad de las personas de convertir adversidades en oportunidades a través de la creatividad y autenticidad, se capacitan para superar las debilidades de su emprendimiento. Dentro de este contexto se identifican dos tipos de competencias o habilidades: las blandas y las profesionales.

4.4.1 Competencias Blandas

Las habilidades blandas tienen por objetivo, mejorar las relaciones humanas generando posiciones asertivas, conciliadoras y oportunas ante las situaciones cotidianas, aspectos todos que sin duda no se aprenden en la academia como cualquier disciplina profesional, sino a través de vivencias y experiencias. (Rey, M. & Peña, C., 2022).

Figura 17. Competencias blandas

Competencias Blandas	Liderazgo
	Creatividad
	Comunicación asertiva
	Trabajo en equipo
	Proactividad
	Inteligencia emocional
	Aprendizaje autónomo

Fuente: elaborado por los autores.

Por lo cual, es de vital importancia que estas sean desarrolladas por las personas como un reto de crecimiento continuo personal, denominado inteligencia emocional; la adecuada gestión de las emociones marca la diferencia, que contribuye al éxito en las decisiones de la vida cotidiana y también en las decisiones empresariales.

4.4.1.1 Liderazgo

El liderazgo es el proceso de influir y apoyar a otros para que trabajen con entusiasmo en el logro de ciertos objetivos, (Newstrom, 2011). Los estudios actuales sobre liderazgo señalan algunos factores que distinguen a los líderes de quienes no lo son:

Figura 18. Características del líder



Fuente: Elaborado por los autores

El concepto de liderazgo va fuertemente unido al de emprender. Si aspiras a emprender una nueva empresa más vale que conviertas esa aspiración en tu objetivo especial, en tu “misión”, que valores cuidadosamente aquello a lo que tienes que renunciar y que tomes una decisión clara y sin vuelta atrás. (Gutiérrez, 2020). La responsabilidad de este compromiso asumido más el compromiso del grupo es la esencia del liderazgo.

Carnegie (2011), expresa que los verdaderos líderes *empoderan* a sus trabajadores, este concepto deriva de un término legal que significa transferir ciertos derechos legales de una persona a otra. Cuando los individuos pueden dar su opinión sobre cómo debe realizarse una tarea, se obtiene información más variada y se comprometen más para que salga bien. Un líder está siempre a la vanguardia, posee un deseo de aprender y de estar siempre actualizado y formándose en todo aquello que lo hará un mejor líder. Además, procurará adquirir nuevos conocimientos en los campos relacionados a la misión de su actividad empresarial.

4.4.1.2 Creatividad

Cualidad que permite generar potenciales propuestas de nuevos productos o servicios, que responden a las necesidades sociales y empresariales.

El emprendimiento social abarca a aquellos individuos que sueñan y aceptan la responsabilidad de una idea innovadora, donde la iniciativa y la creatividad generan una cultura emprendedora, por lo que es importante desarrollar las capacidades y potencialidades humanas necesarias para una convivencia democrática.

Para Beke (2021), la creatividad es la habilidad para percibir el mundo en nuevas formas, para encontrar patrones escondidos, para hacer conexiones entre cosas aparentemente disparatadas y para generar soluciones innovadoras. La creatividad es una actividad mental con resultados inciertos. Es una capacidad originada en la experiencia, la intuición y las expectativas (Gámez, 2015).

¿Cómo cultivar la creatividad?

Es esencial que los emprendedores se capaciten y tengan un concepto claro de lo que es la creatividad en la Figura 19, algunas estrategias para desarrollar la creatividad.

Figura 19. Cómo cultivar la creatividad



Fuente: Beke, (2021)

4.4.1.3 Comunicación asertiva

La comunicación es fundamental para una adecuada gestión tanto emocional, como empresarial, contribuye a definir un buen planteamiento estratégico, sirve para ejecutar actividades en equipo y para canalizar adecuadamente el cambio.

La comunicación se convierte en un móvil de transferencia de información en la que se fundamenta un contexto de relación comunicacional. A partir de la última década distintas organizaciones han optado por dar a conocer sus productos o servicios a través de las TIC (Tecnologías de la información y comunicación), el desarrollo de estas plataformas ha permitido un mayor acceso a la información, logrando llegar a personas sin importar la distancia o el lugar o donde se encuentre.

En la actualidad una publicación en las redes sociales tiene un mejor alcance y efecto en el público que otros métodos de publicidad como los tradicionales volantes o las vallas publicitarias. Las redes sociales se han convertido una herramienta más económica, amigable con el ambiente y eficaz, que permite una comunicación directa con el público y el cliente, este será el enfoque principal para desarrollar la competencia en el ámbito de la comunicación.

¿Qué es una competencia comunicativa?

La competencia comunicativa es la capacidad de una persona para funcionar plena y eficazmente en una comunidad lingüística particular, es decir, en un grupo de personas que comparten el mismo idioma y patrones de uso de ese idioma.

La comunicación empresarial, es uno de los retos más grande de un emprendedor, se refiere a una actitud positiva de la empresa u organización, es un factor que genera confianza y es necesaria para que un emprendimiento sobresalga y las personas tengan una preferencia por el servicio o producto que se oferte. Las habilidades comunicativas tienen en cuenta actitudes, valores y motivaciones relacionados con la lengua, con sus características y usos; además, busca interrelaciones entre el lenguaje y otras normas de comportamiento comunicativo.

Incidencia de la comunicación interna en la motivación del personal

La humanidad desde el inicio de sus tiempos ha buscado comunicarse de diversas maneras para lograr emitir sus ideologías, pensamientos, transmitir información o incluso

influir en los demás con la finalidad de mejorar su diario vivir con el entorno social. De tal manera que la comunicación forma parte de la organización, ya que al establecerla se fomenta un vínculo armónico el cual incrementa la satisfacción y la motivación en las personas.

De acuerdo con una investigación realizada por (Buenaño & Córdova, 2014) nos manifiestan que, la comunicación entre el personal de trabajo es esencial para el desarrollo de la empresa ya que, al establecer medios para interactuar y conocer las necesidades de los empleados, además se puede coordinar de mejor manera las actividades laborales.

Dentro de las organizaciones el ambiente laboral es de gran importancia ya que este va a influir de manera directa en el nivel de motivación de cada empleado. La existencia de falencias o inadecuada comunicación interna trae consigo cierta insatisfacción laboral y a su vez desmotivación, lo que va a repercutir en el desempeño laboral y a su vez en productividad negativa de la empresa en sí.

Comunicación interna Según Andrade (2010) define la comunicación interna como un eje fundamental de las empresas cuyo objetivo principal contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración y generando una imagen favorable.

Debido a que la comunicación comprende la transmisión de ideas, sentimientos, conocimientos, es importante mantener un lenguaje comprensivo para evitar conflictos tanto personales como laborales. Entonces podemos decir que la comunicación interna es sustancial entre miembros de una organización para identificar cualquier falencia y así poder motivar al equipo.

Dirección de la comunicación interna

- Descendente: son mensajes enviados de la directiva a los subordinados, es decir de arriba hacia abajo, este tipo de comunicación se pretende crear empatía para poder solucionar problemas en la organización.
- Ascendente: son aquellos mensajes que fluyen de los niveles más bajos a los más altos de la jerarquía organizacional. Este tipo de comunicación no siempre se da,

ya que los directivos tienden a minimizar las ideas y peticiones de sus trabajadores.

- Horizontal: es aquella que tiene lugar entre los miembros de distintos departamentos. Este tipo de comunicación se utiliza para facilitar la coordinación entre la organización.

4.4.1.4 Trabajo en equipo

El trabajo en equipo está estrechamente relacionado con el liderazgo efectivo, que busca que el grupo logre el cumplimiento de los objetivos de la organización, sin embargo, puede constituirse en una de las competencias más difícil de desarrollar.

Para Olaz (2016), trabajar en equipo consiste en equilibrar un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades y ponerlas en correspondencia con lo que el grupo espera: Las dificultades que supone “encajar” todas las piezas del puzzle implica reparar en la importancia de las personas, que lo individual cede paso al espíritu de grupo, pensar en lo que puede aportar, “arrimar el hombro” para alcanzar resultados y practicar, por encima de todo, la generosidad sin límites.

La interacción grupal está caracterizada por dinámicas informales y formales que permiten la actuación del grupo que se traduce en *trabajar en equipo*. A continuación, en la Tabla se observa los tipos de dinámicas y sus características.

Imagen 20. Tipos de dinámicas grupales

DINAMICAS INFORMALES	DINAMICAS FORMALES
Convocadas con escasa antelación y de forma casi improvisada.	Convocadas con suficiente antelación y con un guion estructurado.
Permite resolver asuntos, puntuales y sin gran trascendencia.	Busca resolver temas importantes y de una gran repercusión.
Suelen ser pocos los asistentes y permiten hablar abiertamente.	Suelen ser más numerosas, y tan importante es qué se dice como el modo en que se dice.
Busca la generación de ideas y anticipar decisiones que más tarde serán tratadas.	Persigue la consecución de un acuerdo y compromiso entre las partes implicadas.
Las conclusiones no son vinculantes.	Los resultados de la reunión se reflejan en un acta.

Fuente: (Olaz, 2016)

En el trabajo en equipo pueden surgir situaciones complicadas como las objeciones reales, situaciones de desconfianza, dudas o las actitudes emocionales extremas de uno o varios miembros de grupo, tales como; poca participación, preguntar demasiado, rebatir los argumentos. En estos casos, es adecuado tomar una pausa, aplicar el sentido común y la lógica, para enrumbar nuevamente al equipo a la consecución de un objetivo.

Al hablar del emprendimiento colectivo, el trabajo en equipo reporta beneficios que están relacionados directamente con el desarrollo de ideas colectivas y la productividad. En primer lugar, favorece la creatividad, el trabajo en equipo propicia un ambiente fructífero para este fin. Incrementa la confianza en la idea de negocio que permite que el proyecto crezca. Mezcla fortalezas complementarias: los talentos y habilidades del equipo se conjugan para sacar adelante el emprendimiento.

4.4.1.5 Proactividad

En lo referente a esta habilidad, los emprendedores deben ser personas que se comporten de forma proactiva, la proactividad es la manera como se enfrentan las situaciones de peligro o riesgo de una manera reflexionada y no de una manera inmediata sin generar una respuesta recapitada.

Para Gutiérrez (2020), las reacciones proactivas a los estímulos son aquellas que abren un espacio de reflexión entre el estímulo y la respuesta, se analiza el estímulo con todas las inteligencias de las que dispone el individuo o el grupo, técnica, emocional, independiente, lo que produce una reacción reflexionada.

Al hablar de proactividad, el emprendedor debe poseer algunas características que le dan la calidad de proactivo, las más relevantes son:

- Conoce sus capacidades y es un solucionador de problemas, prevé los potenciales riesgos para plantear estrategias y respuestas innovadoras a problemas convencionales.
- Toma la iniciativa propone proyectos, establece metas, opina y ofrece soluciones para el logro de los objetivos.
- Es responsable de las decisiones tomadas, asume el resultado positivo o negativo de las mismas con madurez.

- Se centran en lo importante, son disciplinados y no desperdician energía y tiempo en busca de la productividad.
- Asumen con valentía los cambios y se compromete.
- Es un motivador y se rodea de personas proactivas para aprovechar la interacción y el intercambio de ideas.

4.4.1.6 Inteligencia emocional

La inteligencia emocional permite generar relaciones interpersonales satisfactorias con personas difíciles de tratar, como aquellas que se resisten al cambio. Hacerles frente a las dificultades que se presenten con un sentido ético haciendo un análisis sistemático y crítico en la conducta del ser humano en la conjuntura con la sociedad o ambiente laboral.

La empatía es uno de los pilares de la inteligencia emocional, es la capacidad de percibir y comprender las emociones de los demás de forma objetiva y racional, como piensan o como se sienten adelantándonos a tomar acciones positivas en relación a su comportamiento, el desarrollo de relaciones de colaboración en el ámbito laboral permite llevar de mejor manera el trabajo en equipo, puesto que permite compartir habilidades, aptitudes e ideas para alcanzar la meta, además de mantener un compromiso que ayuda a las personas a establecer relaciones constructivas de soporte comunitario.

Las personas empáticas suelen tener más éxito social, ya que la empatía facilita las relaciones interpersonales, la negociación, la capacidad de persuadir y el desarrollo del carisma (Balart, 2013).

4.4.1.7 Aprendizaje autónomo:

El aprender por sí mismo, el emprendedor que tenga la iniciativa de aprender y reforzar las habilidades autónomas será a corto plazo una persona con más competitividad. Los hábitos de estudio que se debe tener en cuenta para el aprendizaje autónomo permiten que la persona sea más eficiente y productiva; la disciplina permite estar enfocado en los objetivos para alcanzar las metas propuestas, la constancia es otra clave para alcanzar el éxito y va íntimamente relacionado con la disciplina.

La capacitación es necesaria tanto para el emprendedor como para su equipo de trabajo, contribuye al aumento de la productividad haciendo posible la integración de

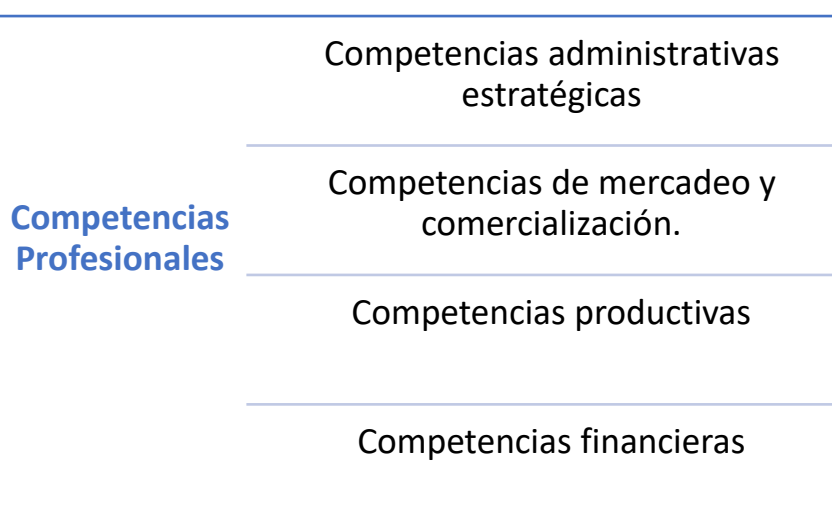
nuevas herramientas de innovación y de liderazgo. El empresario talentoso no solo lo es por su talento, sino por estar capacitado para interpretar las distintas realidades, aprender a optimizar los recursos, reconociendo las oportunidades y especialmente asumiendo sus limitaciones.

El desarrollo de todas las habilidades blandas abordadas, fortalecen la generación de ideas innovadoras y creativas que se convierten en emprendimientos exitosos, eficientes y sostenibles, que generan satisfacción tanto personal como profesional.

4.4.2 Competencias Profesionales

Además del espíritu emprendedor y las competencias blandas, una persona que quiera llevar adelante un emprendimiento debe empatar las siguientes competencias profesionales para gestionarlo adecuadamente. (Ver figura 20).

Figura 20. Competencias Profesionales



Fuente: elaborado por los autores

4.4.2.1 Competencias administrativas estratégicas

El emprendimiento es considerado un factor primordial en países en desarrollo, esto con el fin de aumentar el dinamismo de la productividad y tener un impacto positivo en el ámbito económico. Pero existen muchas causas que conllevan a la declinación de las nuevas empresas que son: ausencia de un plan de negocio y estudio de mercado, falta de financiamiento, competidores, inseguridad jurídica y una de las principales se debe a

que los emprendedores, por su propia naturaleza, carecen de conocimientos administrativos y gerenciales, que le permitan desenvolverse en el mercado de manera eficiente y eficaz. Las competencias que deben desarrollarse en esta área son:

- *Pensamiento estratégico*: Determinación de objetivos que deben ser medibles, alcanzables, relevantes para el emprendimiento a corto, mediano y largo plazo.
- *Planificación y gestión*: Habilidad que repercute en cómo se va a desarrollar las actividades propuestas en el proyecto, así como tener la capacidad de ordenar y organizar de forma eficiente los recursos humanos, financieros, físicos y técnicos.
- *Toma de decisiones*: La habilidad para tomar decisiones adecuadas y oportunas, con la utilización de una metodología que garantice la capacidad de elegir la alternativa correcta que este dirigida al cumplimiento de los objetivos, la solución de conflictos y acorde con los principios del emprendimiento social.
- *Manejo de conflictos*: El conflicto es un proceso interpersonal que surge de desacuerdos sobre las metas o los métodos para alcanzarlas, ambigüedad de papeles, políticas y reglas, diferencias de personalidad, creencias y experiencias. (Newstrom, 2011).

La serenidad es fundamental al momento de manejar conflictos, una decisión tomada a la ligera, sin reflexionarla o en un estado de enojo, no va a alcanzar buenos resultados.

4.4.2.2 Competencias de mercadeo y comercialización

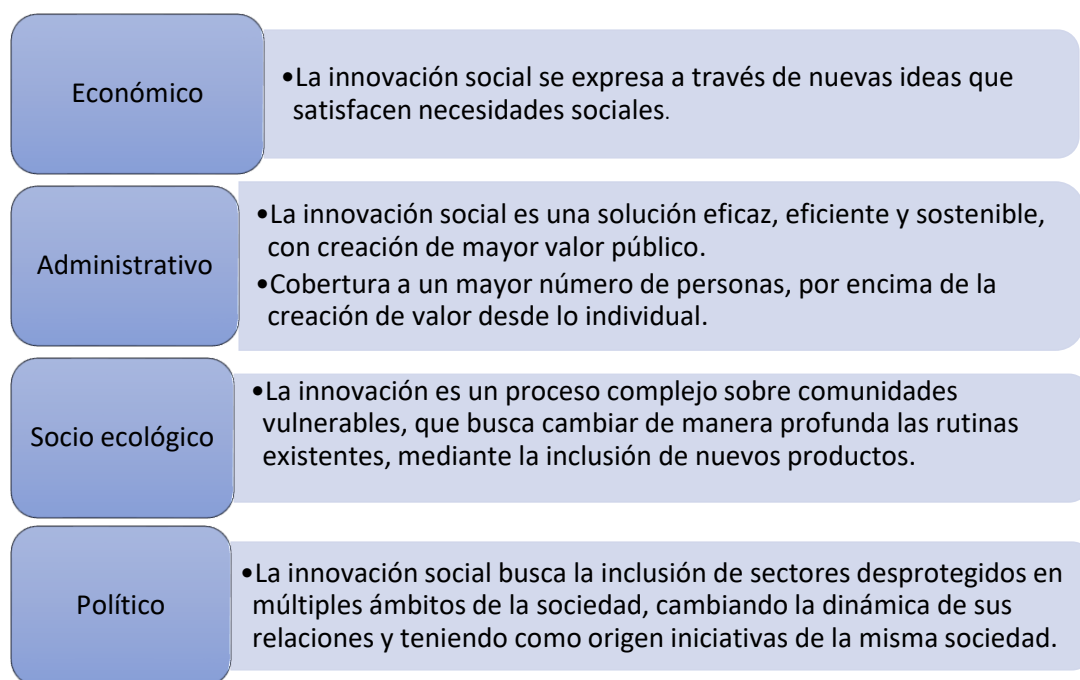
Las competencias de mercadeo y comercialización son pilares importantes para el desarrollo de un emprendimiento puesto que, permite desarrollar las estrategias que se aplicarán para conseguir los objetivos relacionados con el posicionamiento competitivo, el término posicionamiento significa el lugar que ocupa una marca o producto en la mente del consumidor.

- *La innovación*: ha hecho que muchas empresas, proyectos y emprendimientos, asuman transformaciones en el ámbito de acción social y de gestión. Y esto es esencial para fomentar una actitud de emprendimiento social. La capacidad de emprender, de innovar, de mejora y aprendizaje continuo, innovación y la transformación debe ser una marca de identidad.

Para Gámez (2015), innovar es, como actividad humana, poner en marcha la creatividad. La innovación se refleja en las nuevas combinaciones de factores productivos que se plasma en un nuevo bien o calidad de bien, un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente materias primas y la puesta en marcha de nuevos tipos de organización.

Según (Patiño Castro et al., 2016), plantea que la innovación social debe ser abordada desde cuatro enfoques distintos: el económico, el administrativo, el socio ecológico y el político.

Figura 21. Factores de la Innovación



Fuente: Patiño, O. (2016)

Independientemente del enfoque asumido, la innovación social proviene de grupos que pueden perseguir distintos fines desde lo personal o empresarial. En este sentido, los proyectos pueden ser impulsados por organizaciones sin ánimo de lucro, por empresas que a través de la satisfacción de las necesidades de determinada comunidad vulnerable ven la oportunidad de generar un negocio lucrativo o, por el mismo Estado a través de programas de promoción a iniciativas particulares o de la creación de agencias especializadas para tal fin.

- **Redes sociales y comunicación electrónica:** el desarrollo de estas competencias permite que la comunicación sea rápida y a un precio bajo, con mucha gente; sin embargo, como desventaja se puede mencionar la pérdida del contacto personal, lo cual impide comunicar e interpretar acertadamente las emociones.

4.4.2.3 Competencias productivas

La competencia en el ámbito productivo se define como el conjunto de conocimientos, capacidades, aptitudes y cualidades que permiten la toma de decisiones en el ámbito empresarial, de manera que se obtenga un buen desempeño del individuo para desempeñar una labor determinada.

El modelo de gestión conductual propone aumentar la productividad de una organización mediante el conocimiento de las personas, sus motivaciones y la jerarquía de necesidades para explicar el comportamiento dentro de la empresa.

Para que una empresa sea competitiva debe asumir la administración como una función que debe cumplir con los procesos: prever, organizar, mandar, coordinar y controlar.

- Prever: examinar el porvenir y preparar el programa de acción
- Organizar: crea un cuerpo dual, físico y social de la empresa
- Mandar: guiar al personal de la empresa
- Coordinar: unificar y armonizar todas las actividades y esfuerzos
- Controlar: asegurarse de que todo vaya de acuerdo con las reglas establecidas y los comandos especificados

En el contexto administrativo, la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento es una etapa más en el proceso permanente de desarrollo, en donde los recursos humanos dejan de ser sujetos pasivos para transformarse en sujeto activo que ayuda a la mejora de los procesos productivos y estimula la introducción de nuevos valores para aceptar los retos más importantes en la era actual y así superar en ese nuevo camino; los miedos al fracaso, al rechazo, a las críticas, a los esquemas tradicionales de jerarquía y de ésta forma romper con los viejos esquemas mentales que tanto daño genera a lo interno y a lo externo de las diferentes organizaciones.

Para finalizar, por estar fuertemente ligadas al ámbito laboral, las competencias productivas son el instrumento para incrementar la productividad y competitividad de las empresas.

4.4.2.4 Competencias financieras

El desempeño organizacional en toda empresa está fundamentado en un adecuado rendimiento financiero que se obtiene gracias a la capacitación en áreas financieras fundamentales que son: retorno de inversión, rentabilidad sobre los activos e incremento de ventas. Uno de los retos más grandes para el emprendedor social es la búsqueda de fuentes de financiamiento, para esto debe ser innovador y arriesgado para captar la mayor cantidad de inversionistas para su empresa. Finalmente, la planificación y la elaboración de un presupuesto son competencias claves a ser desarrollada dentro de una empresa ya que permite administrarla efectivamente, direccionándola en función de los objetivos planteados.

Las competencias financieras se pueden concebir como el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y estrategias que permiten conocer y entender los conceptos financieros, así como hacer frente a la participación en la vida económica y con ello poder tomar decisiones eficaces. Mediante la revisión bibliográfica se establecen competencias financieras que debe desarrollar todo emprendedor social, que se describen a continuación.

- *El poder de negociación*: una habilidad que debe desarrollar el emprendedor, la cual se fundamenta en la buena comunicación y alta capacidad de persuasión.

La negociación puede definirse como un proceso humano entre dos o más partes, con puntos comunes y en conflicto, que deciden intercambiar para satisfacer intereses y necesidades, y lograr un acuerdo. Negociar es llevar a cabo una comunicación en dos sentidos diseñada para llegar a un acuerdo cuando dos o más personas poseen algún interés opuesto y otro en común.

Una habilidad indispensable del emprendedor es encontrar alternativas de financiamiento que le permitan alcanzar sus objetivos sin comprometer sus activos personales.

Generalmente, el financiamiento de los emprendimientos es en forma de deuda, patrimonio o una combinación de ambas. Cuando el emprendedor obtiene financiamiento por medio de deuda tampoco significa que lo obtuvo de un banco, sino que este puede provenir de otras fuentes, por lo que resulta común que reciban préstamos de su círculo inmediato (familiares y amigos) (Villacrés, 2020).

- *La educación financiera:* es una herramienta esencial para los emprendedores ya que les ayuda a tomar decisiones correctas en la gestión de su compañía, a no exponerse a riesgos innecesarios y a lograr una sostenibilidad económica.
- *La planificación financiera y la elaboración de presupuestos:* La planificación también se encuentra relacionada con las habilidades administrativas, debe permitir cubrir por lo menos las dos primeras fases del negocio; la investigación demuestra que uno de los graves errores que cometen los emprendimientos a nivel local, sobre todo los micro y pequeños emprendimientos, es su planificación a corto plazo, por lo que no se asignan los suficientes recursos que conduzcan a su desarrollo. La elaboración de un presupuesto es fundamental dentro de la empresa ya que permite tomar el control de los gastos del negocio, es una parte vital para el camino de un emprendedor.
- *Manejar las crisis e imprevistos financieros:* estar preparado para emergencias financieras en un negocio, determina la capacidad de manejar los 'shocks' financieros. Del mismo modo que ocurre en las finanzas personales, las empresas deben contar con un fondo de emergencia que les permita cubrir los gastos esenciales del negocio durante algunos meses en caso de sufrir una pérdida de ingresos de repente. Para sacar adelante un negocio, especialmente en momentos de crisis como los actuales, conviene seguir estas recomendaciones:
 - Ajustar el presupuesto cuando sea necesario.
 - Abastecerse únicamente de lo indispensable, sin que eso afecte a la calidad del producto o servicio.
 - Incrementar los ingresos a través de promociones o de alianzas con otras empresas.
 - Utilizar las plataformas digitales para diversificar el negocio y llegar a más personas.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu Quintero, J. L. (2011). *Innovación Social: Conceptos y Etapas (Social Innovation : Concepts and Stages)*. International Journal of Good Conscience., 6(2), 134–148. [http://www.spentamexico.org/v6-n2/6\(2\)134-148.pdf](http://www.spentamexico.org/v6-n2/6(2)134-148.pdf)
- Alayón, N. (2014). *Trabajo Social Latinoamericano*. España: Espacio Editorial.
- Aldás, A. (2011). Cooperativism: development and historical organization. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/vinculos/article/view/1552/1169>
- Altamirano Analuisa, D. J., Zamora Sánchez, R. A., & Mancheno Saá, M. J. (2018). *Emprendimiento social en Ecuador: análisis del enfoque social vs. Enfoque de mercado*. Polo del Conocimiento , 336-350.
- Andrade. H. (2010). *Comunicación Organizacional Interna*. Madrid, España. Editorial Gesbiblio S.L. Disponible en: Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica - Horacio Andrade - Google Libros
- Araya-Pizarro, S. (2022). *Determinantes de la Intención Emprendedora y el rol de la enseñanza del emprendimiento: un análisis en el contexto universitario chileno*. CPU-e, Revista de Investigación Educativa, 34. <https://doi.org/10.25009/cpue.v0i34.2791>
- Asociación de Bancos del Ecuador. (2021). *Hablemos sobre la inclusión financiera en el Ecuador: ¿Cómo están las cifras?* <https://asobanca.org.ec/educacion-financiera/hablemos-sobre-la-inclusion-financiera-en-el-ecuador-como-estanas-cifras/>
- Auquilla Belema L., Auquilla Ordóñez, A. & Ordóñez Bravo, E. (2018). *La economía popular y solidaria y las finanzas populares y solidarias en Ecuador*. Revista Killkana Sociales, 17-24.
- Banco Mundial. (2022). *Inclusión Financiera*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>
- Balart M., 2013. *Claves del poder personal*. https://clasica.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf
- Batliwala, S. (1997). *El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción*. En Magdalena León, Poder y empoderamiento de las mujeres. T/M Editores, Santa Fe de Bogotá.
- Beke, L. (2021). *Creatividad, la habilidad blanda más buscada*. The standard CIO. <https://thestandardcio.com/2021/12/15/creatividad-la-habilidad-blanda-mas-buscada/>
- Briceño, L. (2021). *Lasso busca impulsar emprendimientos de mujeres en Imbabura*. <https://www.ecuadorenvivo.com/index.php/economia/item/133635-lasso-busca-impulsar-emprendimientos-de-mujeres-en-imbabura>

- Briones Caicedo, W. R., Peñafiel Nivelá, G. A., Mora Aristegui, J. E., & Maldonado Piloso, H. F. (2021). *Comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias*. Journal of Science and Research, 6, 19–39. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1212/860>
- Briseño-García, A., & López, A. (2016). *El Emprendimiento Femenino: Un estudio multi-caso de factores críticos en el Noreste de México*. <https://www.researchgate.net/publication/310233592>
- Buenaño Tapia, D. V., & DT Córdova, V. H. (2014). *La Comunicación Interna y su incidencia en el Desempeño Laboral de la Empresa Jean Up* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Organización de Empresas). <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/8061>
- Calero Pazmiño, M. E. (2011). *Oportunidades y desafíos de las mujeres emprendedoras de escasos recursos del sector de Nueva Prosperina de la ciudad de Guayaquil* (Bachelor's thesis).
- Cajas Cajas, V., Ponce Villacís, P., & Arteaga Bolaños, E. (2022). *Factores de innovación para fortalecer el emprendimiento en América Latina: un mapeo sistemático*. Revista Colombiana De Ciencias Administrativas, 4(2), 58–74. <https://doi.org/10.52948/rcca.v4i2.619>
- Chávez Rivera, M. E., Eraso Cisneros, B., & Torres Fernández, J. P. (2018). *Mujeres emprendedoras y el contexto social ecuatoriano*. Visión Empresarial, 8, 61. <https://doi.org/10.32645/13906852.787>
- Chávez, María, Eraso, Byron y Torres, José. Octubre. *Mujeres emprendedoras y el contexto social ecuatoriano*. <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/TITULACI%C3%93N/EMPRENDIMIENTO/POL%C3%8DTICAS.pdf>.
- Club de Emprendedores. (2017). *¿Qué es el emprendimiento social?* [video] . Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=4HqMHJtqMh0>
- Contreras, P., Vargas, E., Cruz, G., & Serrano, R. (2020). *Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable*. Espacios, 41(31), 225-230.
- Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito. (2013). *Principios directrices para mejorar la gobernabilidad de las instituciones cooperativas financieras*. https://www.woccu.org/documents/ICURN_Principios_directrices_mejorar_gob_ernabilidad
- Daeren, L. (2000). *Mujeres empresarias en América Latina: el difícil equilibrio entre dos mundos de trabajo*. Institucionalización del Enfoque de Género en la CEPAL y en Ministerios Sectoriales. Santiago, Chile: CEPAL.

- Dastourian, B., Kawamorita Kesim, H., Seyyed Amiri, N., & Moradi, S. (2017). *Women entrepreneurship: Effect of social capital, innovation and market knowledge*. AD-minister, 30, 115-130.
- Del Valle Calánchez, Á., & Mezher, T. (2015). *Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad Social*. Red de Revistas Científicas de América Latina, 31(1012–1587), 162–175.
- Diez, S., Guevara, R. (2019). *Incidencia de la actitud conductual en las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración.
- Duarte, T., & Ruiz, T. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. Scientia Et Technica, XV, 326–331.
- Empresarial, C. (2017). *Capital social y mecanismos de capitalización - Modulo 7 - YouTube*.
https://www.youtube.com/watch?v=90SyEc1KPPM&ab_channel=CulturaEmpresarial
- Escamilla Solano, S., Martinez-Loza, N. A., & Plaza Casado, P. (2015). *Emprendimiento social*. Revista de Estudios de Juventud, 281(4), 34–42.
http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/5._emprendimiento_social.pdf
- Estrada, G. (2020). La Asociatividad y los Emprendimientos en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo Período 2018. In Universidad Nacional de Chimborazo (Issue 1). <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6426/1/>
- Euclides, G. S., Vargas, A. J., & Moscoso, D. R. (2018). revistasdigitales.upec.edu.ec.
<https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/787>
- Floraroma S.A. (2023). Con el mejor aroma de la rosa de Ecuador.
<https://www.floraroma.com.ec/>
- Florasana, (2023). Plantas Medicinales & Remedios Naturales de la Amazonía Ecuatoriana. http://www.florasana.org/esp_proyecto.htm
- Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer [UNIFEM]. (2018). *Mujeres y economías locales, territorios, saberes y poderes*. www.unifemca.org
- Foro Económico Mundial. (2016). The Global Gender Gap report.
http://www3.weforum.org/docs/GGGR16/WEF_Global_Gender_Gap_Report_2016.pdf
- Franyelit Suárez, R. B. (2018). *Fomento de la Cultura Emprendedora en jóvenes de la provincia de Esmeraldas*. UNIVERSIDAD, CIENCIA y TECNOLOGÍA, 21(3), 122–129. <https://doi.org/1316-4821>

- Gámez Gutiérrez, J.; Cortés Barrera, J. E. *Emprendedores sociales: cómo hacer la diferencia*. ed. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2018. 256 p.
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/126046?page=46>.
- Gámez Gutiérrez, J. (2015). *Emprendimiento, creatividad e innovación*. Universidad de La Salle - Ediciones Unisalle.
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/221831?page=66>
- García, A., Ramírez, M., de León, G., & Aragón, S. (2020). *Social entrepreneurship as a transversal competency: Construction and validation of an assessment instrument in the university context*. REVESCO Revista de Estudios Cooperativos, 136, 1-16. <https://doi.org/10.5209/REVE.71862>
- Gardeva, A. y Rhyne E. *Oportunidades y obstáculos para la inclusión financiera*. Center for Financial Inclusion. AT Acción International.
https://content.centerforfinancialinclusion.org/wp-content/uploads/sites/2/2018/08/opportunities-and-obstacles-to-financial-inclusion_spanish.pdf
- Glicería Gómez-Ceballos, Juan Pablo Vázquez-Loaiza, Dora Priscilla Herrera-Torres and Ana Julia Vega-Luna. (2021). *Popular and Solidarity Economy: Policies and Realities in the Local Context—The Case of the Agricultural Productive Associations of El Valle*, Ecuador. Sustainability, 13(23).
- Elam, A., Brush, C., Greene, P., Baumer, B., Dean, M. y Heavlow R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor*. 2018/2019 Womens's Entrepreneurship Report.
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405>
- Granda Granda, C. A., & Macías Alcivar, F. G. (2017). *Emprendimientos sociales en Ecuador, Formas de gestión*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/5._emprendimiento_social.pdf
- Granda, C., & Macías, F. (2017). *Emprendimientos Sociales En Ecuador. Formas De Gestión*. Trabajo De Titulación. Universidad Católica De Santiago De Guayaquil.
- Guerra, M., Leguina, A., Sagrario, N., Leguina, A. Sepúlveda. D. & Giusep Vitale. *Mujer y creación de empresas de alto impacto: comprendiendo diferencias y su aporte a la economía*.
https://www.academia.edu/2423798/Factores_sociales_que_facilitan_y_o_dificultan_en_emprendimiento_de_alto_impacto_liderado_por_mujeres_En_Mujer_y_creacion_de_empresas_de_alto_impacto_comprendiendo_diferencias_y_su_aporte_a_la_economia
- Gutiérrez-Colomer, A. T. (2020). *Potencia tu liderazgo*. Bubok Publishing S.L.
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/189309?page=142>

- Hermosilla-Cortés, J. L., Morales-Acevedo, L. J., & Azua-Alvarez, D. R. (2019). *Modelo para la promoción de la cultura emprendedora como instrumento de Responsabilidad Social: caso chileno*. Revista Encuentros, 17(02).
<https://doi.org/10.15665/encuent.v17i02.1796>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC (2016). *Directorio de empresas y establecimientos 2016*. Ecuador en Cifras.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-2016/>
- Jaramillo, Wilson, Vásquez, Jairo y Salazar, Andrés. (2020). GLAP. Estímulo del emprendimiento desde las Políticas Públicas.
<https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-Content/uploads/sites/6/2021/04/No.-26-Emprendimiento-desde-las-politicas-publicas.pdf>. ISSN:25905333.
- Asociación de bancos del Ecuador ASOBANCA, (2022). *La inclusión financiera en el Ecuador*.
[//asobanca.org.ec/educacion-financiera/la-inclusion-financiera-unaherramienta-que-genera-mas-oportunidades-para-las-mujeres-en-el-ecuador/](https://asobanca.org.ec/educacion-financiera/la-inclusion-financiera-unaherramienta-que-genera-mas-oportunidades-para-las-mujeres-en-el-ecuador/)
- Lamilla Vera, L. P., Álvarez Santana, C. L., & Tapia Segarra, J. I. (2022). *Los emprendimientos y su aporte al desarrollo socioeconómico de las mujeres de la Feria Ruku Kawsay en Orellana Ecuador*. Conciencia Digital, 5(2.1), 21–44.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i2.1.2147>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*.
- Linares, L. (2020). *La importancia de promover el emprendimiento femenino*.
<https://www.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-promover-el-emprendimiento-femenino-lar%C3%BA-linares/?originalSubdomain=es>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG. (2022). *Mujeres emprendedoras de San Juan elaboran yogur de mashua* – Ministerio de Agricultura y Ganadería.
<https://www.agricultura.gob.ec/mujeres-emprendedoras-de-san-juan-elaboran-yogur-de-mashua/>
- Marquez, C. (2019). *La mashua es la estrella de su negocio*. Revista líderes.
<https://www.revistalideres.ec/lideres/mashua-negocio-emprendimiento-yogurt-ecuador.html>
- Martínez. J. (2021). *Emprendimiento femenino: ¿Por qué lo necesitamos más?* Nubox.
<https://blog.nubox.com/empresas/emprendimiento-femenino>
- Medina, E. (2014). *La mujer en la organización comunitaria y su articulación con instituciones del sector público y privado*. AVANCES EN ENFERMERÍA Vol. XXXII-No. 2, 2-7.

- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2021). Subsecretaría de emprendimientos y Gestión del Conocimiento. <https://www.inclusion.gob.ec/subsecretaria-de-inclusion-economica-y-movilidad-social-3/>
- Moreira Menéndez, M., Bajaan Mendieta, I. D., & Pico Saltos, B. R. (2018). *Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador*. Revista Ciencias Sociales y Económicas, 3-20.
- Moreno, M. (2018). *La figura del Emprendedor Social y su papel en la Inserción Sociolaboral*. México: Universidad Juárez del Estado de Durango, Facultad de Economía, Contaduría y Administración.
- Navas, A., & Moncayo, J. (2019). *El empoderamiento productivo de la mujer como consecuencia de la Inclusión Financiera*. INNOVA Research Journal, 152-171. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1125/1626>
- Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V. México DF.
- Organización Internacional del trabajo OIT, (2020). *Género e inclusión financiera* http://www.ilo.org/empent/areas/socialfinance/WCMS_737756/lang--es/index.ht
- ONU Mujeres. (2020). *Brechas para la inclusión financiera de las mujeres en movilidad humana*. https://www.r4v.info/sites/default/files/2021-07/ONU_Mujeres_HIAS_Diagnostico_brechas_inclusi%C3%B3n_financiera.pdf
- Ordóñez Gavilanes, M. E., Priscila Isabel, R. A., & Rodríguez Pillaga, R. T. (2019). *Emprendimiento comunitario con enfoque de género: Un estudio en el cantón Cañar*. Revista de Ciencias Sociales, 25(4), 148–160. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i4.30523>
- Ordoñez, M., Ruiz, P. & Rodríguez, R. (2019). *Emprendimiento comunitario con enfoque de género: Un estudio en el cantón Cañar*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol.XXV, núm 4.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura –FAO, (2012). *Proyecto Forsandino*. <https://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/229629/>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2022). *Género e inclusión financiera*. https://www.ilo.org/empent/areas/social-finance/WCMS_737756/lang--es/index.htm
- Osorio Tinoco, F. Murillo Vargas, G. & González Campo, C. H. (2015). *Emprendimiento, redes e innovación*. Programa Editorial Universidad del Valle. <https://elibro.net/es/ereader/epoch/70350?page=19>

- PACCARI, (2023). *Premium organic chocolate from tree to bar*.
<https://www.paccari.com/nuestra-historia/>
- Padilla, L., & Samuel, E. (2019). *Ensayo sobre el concepto de comunidad*.
- Pallares, M., & Vera, A. (2018). *Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña*. En *Emprendimiento e innovación de las mujeres* (pág. 258). Barcelona.
- Paloma, W. (2022). *Propuesta para la Identificación del Perfil del Emprendedor Asociativo*. Bogotá, D.C, Colombia.
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/43550/1/2022_perfil_emprendedor_asociativo.pdf
- Patiño Castro, O. A., Cruz Pérez, E. A., & Gómez Melo, M. C. (2016). *Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales* El caso del Premio ELI de la Universidad EAN. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 75–90. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1557>
- Peña Lapeira, C. J. (2019). **El emprendimiento social y la innovación como motor del crecimiento empresarial**. ed. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, <https://elibro.net/es/ereader/epoch/129146?page=64>.
- Prado, A. (2018). *Emprendimiento Social en América Latina: Buenas prácticas para llevar productos y servicios a poblaciones rurales de escasos recursos*. INCAE BUSINESS SCHOOL, 3. <https://thegiin.org/impact-investing/need-to->
- Ramos, F. S., & Osorio Bayter, L. (2012). *Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación*.
www.ciriec.eswww.ciriec-revistaeconomia.es
- Revista Líderes, (2018). Desde Paschoa produce alimentos y cosméticos.
<https://www.revistalideres.ec/lideres/paschoa-produccion-alimentos-cosmeticos-intercultural.html>
- Rey, M., Peña, C., (2021). *Las Competencias Blandas en el Emprendimiento*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. UNIMINUTO.
- Rivera, J., & Guerra, P. (2019). *¿Qué es la inclusión financiera?* Universidad Andina Simón Bolívar. <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/Araque-W.-CON-003-Que-es-la-inclusion.pdf>
- Rodríguez.S. (2006). *Estrategias de emprendimiento y emociones de mujeres empresarias: propuestas innovadoras en el contexto económico andaluz*. 1–25.
- Roldán Vargas, E. L. (2017). *Elementos clave para el aprovechamiento de la innovación social en la empresa privada*. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/12252>
- Rosales Chávez, G. A. (2015). *Estrategias de gestión comunitaria para el fortalecimiento del emprendimiento de las mujeres de la comuna El tambo, parroquia San José*

- de Ancón, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2015.* Universidad Estatal Península de Santa Elena.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3137/1/UPSE-TOD-2015-0074.pdf>
- Roth, A., (2019). *Las políticas públicas y la gestión pública; un análisis desde la teoría y la práctica.* Estudios de la Gestión: revista internacional de administración No. 5 <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/download/1207/1125?inline=1>
- Saavedra, R. (2015, 16 abril). *Emprendimiento comunitario femenino del cantón Salinas, Santa Elena.* Repositorio digital UCE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3954/1/UPSE-TOD-2017-0049.pdf>
- Samaniego, G., Castaño, A., & Basantes, D. (2019). *Emprendimientos impulsados por mujeres ecuatorianas.* Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología, 288.
- Sánchez Rodríguez, S., Hernández Herrera, C. A., Jiménez García, M., Sánchez Rodríguez, S., Hernández Herrera, C. A., & Jiménez García, M. (2016). *Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal.* Acta Universitaria, 26(6), 70–82.
<https://doi.org/10.15174/AU.2016.1016>
- Scott, J. (1996) *El género, una categoría para útil para el análisis histórico.* El género la construcción cultural de la diferencia sexual. Martha Lamas (Compiladora): 265-302.
- Soledispa, L., Vargas, L. Saltos, V. (2022). *Emprendimiento juvenil: Una valoración a la nueva modalidad de contrato en la legislación ecuatoriana.* Revista publicando Vol. 9. Núm. 33.
- Sung, S., & Duarte, S. (2015). *El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos.* Revista Internacional de Investigación Ciencias Sociales, 11 n°2, 291-314.
- Te quiero Verde, (2023). *Productos saludables al peso.*
<https://tequieroverde.com.ec/quienes-somos/>
- Themudo, N. S. (2009). *Género y el sector sin fines de lucro.* Revistas Sector No Lucrativo y Voluntario Trimestral, 38(4),. 663-683.
- Vanguardia, L. (2019). *Un siglo de mujeres en política.* La Vanguardia, 1-3.
<https://www.lavanguardia.com/vanguardia-dossier/20190920/47498885849/un-siglo-de-mujeres-en-politica.html>
- Velazquez, K., Saavedra, M., & Nadia, B. (2021). *El rol de la mujer en el emprendimiento social.* <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2021/9.02.pdf>

Villacrés, H. (2020). *Cultura Previsional y Competencias Financieras para el Emprendimiento*. Organización Iberoamericana de Seguridad Social, 6-18.
www.observatorioeess.org

Zamora, C. (2018). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador Importance of Entrepreneurship to the Economy: The Case of Ecuador*. ESPACIO, 39(7), 12.
<https://w.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

DE LOS AUTORES

María Alexandra Procel Silva



Ingeniera Comercial y Magister en Gestión de Proyectos de Desarrollo. Analista de operación zonal II en el ECU911 sistema integrado de seguridad, colaboradora de la unidad de planificación de la ESPOCH; docente de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en la Unidad de Admisión y Nivelación y la Facultad de Ciencias de las asignaturas de economía popular y solidaria y emprendimientos. Conocimiento y capacitación en: trabajo en equipo, liderazgo y motivación, finanzas y comercio exterior, instrumentos pedagógicos y en formación de docentes.

Sandra Patricia Jácome Tamayo



Magíster en Contabilidad y Auditoría, Máster en Docencia Universitaria, Doctora en Contabilidad y Auditoría, Licenciada en Contabilidad y Auditoría CPA. Docente de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo desde el 2008. Miembro del Grupo de Investigación Contabilidad y Auditoría Siglo XXI. Experiencia en elaboración de diseños curriculares de grado y en procesos de evaluación y aseguramiento de la calidad de la educación superior. Auditor Interno de Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001:2015. Miembro del Proyecto de Vinculación “ESPOCH Politécnica Latinoamericana por el Comercio Justo”. Ha publicado obras de relevancia y artículos científicos. Experiencia profesional: ha sido gerente, contadora y asesora administrativa, contable y tributaria en empresas del sector privado y organizaciones no gubernamentales.

Paulina Elizabeth Valverde Aguirre

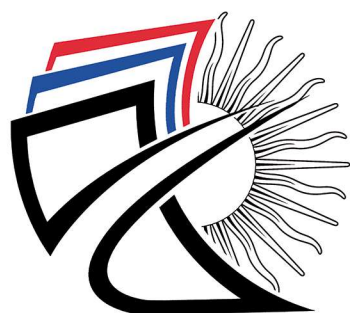


Licenciada en ciencias de la educación especialidad castellano y literatura, magister en desarrollo de la inteligencia y educación. docente de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en pregrado y posgrado. actualmente se desempeña como docente de la Facultad de Ciencias en la asignatura de Comunicación oral y escrita, miembro del grupo de investigación ciencia de datos CITED. Miembro del grupo de vinculación “GENERACIÓN DEL SERVICIO DE ELABORACIÓN Y DISPENSACIÓN DE PREPARADOS OFICIALES Y FORMULAS MAGISTRALES CON BASE EN LAS NECESIDADES DE LAS UNIDADES DE SALUD DE LA PROVINCIA DE CIMBORAZO”. amplia experiencia en educación básica y bachillerato, en varias instituciones de la ciudad de Riobamba. Directora del Centro de Desarrollo Infantil “Retoñitos”. capacitadora en programas académicos de SOMECH y Sindicato de Choferes Profesionales de Chimborazo, instructora de grupos de adultos mayores del IEES.

Víctor Oswaldo Cevallos Vique



Docente titular de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, miembro investigador del Grupo Ciencia de Datos (CITED) de la Facultad de Ciencias. Varios artículos científicos publicados en el ámbito de las ciencias económicas y administrativas. Ingeniero de Empresas, Máster en Dirección de Empresas, Diplomado en inteligencia emocional y desarrollo del pensamiento. Amplia experiencia en gestión educativa en calidad de Director de Escuela de Ingeniería en Marketing, Vicedecano y Decano de la Facultad de Administración de Empresas de la ESPOCH. Actualmente se desempeña como Secretario Académico de la ESPOCH y docente de la carrera de Finanzas en las asignaturas Análisis Financiero y Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión.



**PUERTO MADERO
EDITORIAL**

ISBN 978-987-82816-6-7

