



Facultad de Economía, Empresa y Turismo
Programa Oficial de Doctorado en Desarrollo Integral e Innovación de Destinos Turísticos

Título de la Tesis
Fortalecimiento de competencias emprendedoras a mujeres rurales para el turismo (Esmeraldas-Ecuador)



Tesis Doctoral presentada por: *Da. Roxana Ivón Benites Cañizares*

Las Palmas de Gran Canaria, a Julio de 2017

DEDICATORIA

A Dios, mi madre, mi apoyo incondicional, a mi amado Wilson, con quien me premio la vida y mis pequeños Amelia, Isabella y Manuel quienes cedieron su tiempo para que esta investigación cobre vida...

AGRADECIMIENTOS

Al momento de concluir esta tesis es necesario agradecer a tantas personas e instituciones que apoyaron en la realización de este trabajo. Primero debo resaltar a las protagonistas de esta investigación, las mujeres que aceptaron ingresar al proceso de formación y mejoramiento de sus negocios, a quienes me mantiene unida el compromiso de seguir aportando con mis conocimientos para que sus realidades cambien de algún modo. Estoy en deuda con mis colegas docentes de la PUCESE, con mis queridos estudiantes de grado y post grado que acompañaron en el proceso de investigación y vinculación con la parroquia Tachina en la provincia de Esmeraldas en Ecuador. Mi agradecimiento también a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas por la apuesta por esta investigación, a la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria que fijó sus esfuerzos de educación en un grupo de profesionales ecuatorianos como una forma de cooperación interuniversitaria que hoy está mostrando uno de sus frutos. No puedo dejar fuera a las instituciones rectoras del ordenamiento local como el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Tachina y el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Esmeraldas, a través de la dirección de Turismo.

Esta tesis provocó que las miradas de estudio para el sector femenino rural enfocado al turismo se multipliquen y hoy constituya una línea de investigación a nivel local.

Y finalmente, quiero dar las gracias más sinceras a mis asesores, Juan Manuel Parreño, quien me apoyo decididamente desde un inicio en las diversas ideas que le propuse hasta enfocar los esfuerzos en este estudio, y a Pino Medina, quien se enganchó a la propuesta. A ambos muchas gracias, ya que a pesar de la distancia, vencieron los husos horarios de diferencia por aportar con contribuciones trascendentales para el documento final.

Contenido

CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN	10
1.1 Justificación y Contexto.....	10
1.2. El emprendimiento en Ecuador.....	13
1.3 Objetivos e hipótesis	17
1.4 Área de estudio	18
1.5 Estructura de la tesis	24
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	26
2.1 El emprendimiento y los procesos de desarrollo.....	26
2.2 El impulso emprendedor	32
2.3 Emprendimiento en América Latina	33
2.4 Mujeres rurales emprendedoras	35
2.4 Educación para el emprendimiento.....	40
CAPITULO 3: METODOLOGÍA.....	45
3.1. Universo de estudio	45
3.2. Muestra	45
3.3. Métodos	46
3.4. Fases de la metodología	47
3.5. Técnicas aplicadas	48
3.6. Instrumentos para recogida de información	49
3.6.1 Ficha de observación de los establecimientos objeto de estudio	49
3.6.2 Cuestionario para mujeres emprendedoras	54
3.6.3 Cuestionario para clientes.....	54
3.6.4 Acompañamiento empresarial.....	54
3.7. Aplicación de instrumentos.....	51
3.8. Colaboración especial	51
Capítulo 4: SITUACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS ..	52
4.1 Contextualización de la parroquia rural de Tachina	52
4.1.1 Características socio- demográficas de la parroquia rural de Tachina	54
4.1.2 Descripción de aspectos económicos de la parroquia.....	56
4.1.3 Evolución del espacio edificado y principales intervenciones infraestructurales realizadas.....	59
4.2 Perfil de las mujeres rurales emprendedoras	60

4.3 Diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos.....	62
4.3.1 Situación administrativa y organizativa de los emprendimientos	71
4.3.2 Situación financiera.....	73
4.3.3 Promoción de los emprendimientos.....	74
4.4. Determinación del nivel de satisfacción de los clientes.....	75
4.5. Análisis FODA de los emprendimientos	78
CAPÍTULO 5: APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO A LAS MUJERES EMPRENDEDORAS.....	86
5.1. Plan de fortalecimiento.....	86
5.2. Plan de Formación.....	90
5.2.1. <i>Diagnóstico del Plan de Formación</i>	90
5.2.2 Esquema del Plan de Formación	92
a) Fortalecimiento de habilidades personales y actitudes de las emprendedoras.....	94
b) Fortalecimiento de capacidades organizativas y técnicas de los emprendimientos.....	98
5.2.3 Exposición de Contenidos	103
5.2.4 <i>Ejecución del proceso de formación</i>	108
5.3. Acompañamiento al emprendimiento.....	110
5.4 Presupuesto	114
5.5 Promoción de los emprendimientos.....	116
5.5.1 Diseño de Marcas.....	116
5.5.2 Guía Gastronómica.....	117
5.6 Evaluación del plan de fortalecimiento.....	118
CAPITULO 6: CONCLUSIONES	121
BIBLIOGRAFÍA	128
ANEXOS	138

Índice de Figuras

Figura 1: Mapa político del Ecuador.....	18
Figura 2: Ubicación Parroquia Tachina.....	19
Figura 3: Barrios de la parroquia Tachina	22
Figura 4: Recintos de la parroquia Tachina	23
Figura 5: Evolución de las concepciones del emprendedor	28
Figura 6: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.....	29
Figura 7: Tasa de actividad emprendedora por regiones	34
Figura 8: Ubicación geográfica de la muestra	46
Figura 9: Esquema de la investigación	48
Figura 10: Valoración de los atributos del servicio.....	76
Figura 11: Posición estratégica de los emprendimientos.....	85
Figura 12: Plan de Fortalecimiento de Microemprendimientos.....	88
Figura 13: Necesidades de capacitación.....	92
Figura 14: Esquema del Plan de formación	93
<i>Figura 15: Marcas Corporativas de diferentes emprendimientos de Tachina</i>	<i>117</i>
<i>Figura 16: Guía Gastronómica de Tachina</i>	<i>118</i>

Índice de Tablas

Tabla 1: Número de hijos y Estado civil (en %).....	55
Tabla 2: Pea Total, Pea Ocupada e Índice De Dependencia.....	57
Tabla 3: Población por rama de actividad	57
Tabla 4: Población por rama de actividad y ubicación dentro de la parroquia	58
Tabla 5: Características sociodemográficas de la población de estudio.....	61
Tabla 6: Motivación para el emprendimiento	61
Tabla 7: Descripción de los emprendimientos de estudio	63
Tabla 8: Características de los locales	67
Tabla 9: Tiempo de actividad de los emprendimientos	68
Tabla 10: Problemas afrontados en el desarrollo de la actividad	69
Tabla 11: Feriados en Ecuador	70
Tabla 12: Festividades Parroquia Tachina.....	70
Tabla 13: Autoempleo y generación de empleo	72
Tabla 14: Ingresos promedio del negocio	74
Tabla 15: Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas	80
Tabla 16: Matriz de Evaluación de Factores Internos	82
Tabla 17: Matriz de Evaluación de Factores Externos.....	84
Tabla 18: Módulos para el fortalecimiento de habilidades y actitudes de las emprendedoras.....	95
Tabla 19: Planificación académica	97
Tabla 20: Fortalecimiento de capacidades a los emprendimientos.....	100
Tabla 21: Planificación académica	101
Tabla 22: Planificación del acompañamiento al emprendimiento.....	111
Tabla 23: Presupuesto para la ejecución del plan de fortalecimiento.....	115
Tabla 24: Tablero de control para valoración del plan de fortalecimiento.....	119

Índice de Anexos

Anexo 1: Pauta para grupos de discusión.....	138
Anexo 2: Cuestionario para entrevista a informantes claves	139
Anexo 3: Cuestionario para panel de expertos.....	140
Anexo 4: Cuestionario para encuesta a mujeres rurales emprendedoras	141
Anexo 5: Cuestionario para encuesta a Clientes	144
Anexo 6: Informantes claves	146
Anexo 7: Fichas de observación de cada emprendimiento	147
Anexo 8: Guía de Formación para Mujeres Emprendedoras.....	168
Anexo 9: Historias de emprendedoras.....	201
Anexo 10: Ficha de observación para valoración del plan de fortalecimiento.....	214
Anexo 11: Guía Gastronómica	215
Anexo 12: Fotografías del trabajo de campo	251

CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación y Contexto

Existe un creciente interés en el papel que desempeña el espíritu emprendedor para alcanzar los objetivos de desarrollo económico y social, y el aporte para el desarrollo integral de las personas, en sus aspectos personales, sociales y productivos. (World Bank Group, 2013)

Producto de este interés, las investigaciones en el campo del emprendimiento se han centrado en tres grandes enfoques. Por una parte, el enfoque económico, en el que se imponen los aspectos relativos a la racionalidad económica en el proceso de creación de empresas y la posible inclusión del capital emprendedor en la función de producción (Audretsch & Keilbach, 2005) (Parker, 2004). Por otra, el enfoque psicológico postula que son los factores individuales o rasgos psicológicos de las personas los que determinan la actividad emprendedora (McClelland, 1965) (De Vries, 1977). Y por último, el enfoque sociológico o institucional propone que es el entorno socio-cultural el que condiciona la decisión de crear una empresa (Shapiro & Sokol, 1982)

En cualquier caso, las investigaciones realizadas han sido concluyentes respecto a la necesidad de promover la capacitación específica para aprender a crear empresas, debido a que se desperdicia un gran número de oportunidades de negocio por falta de emprendedores con los conocimientos y habilidades requeridos (Varela & Bedoya, 2006). De igual modo, múltiples investigaciones muestran la importancia de contar con un sistema de capacitación dirigido a microempresarios con la finalidad de mejorar el rendimiento y el desempeño de los mismos en sus negocios (Segura y Vera, 2010; Cedeño y Gilses, 2011 y López, 2014).

Producto de esta necesidad de mejorar la preparación de los emprendedores, diferentes instituciones han buscado la forma de trabajar en el tema, ofreciendo programas de capacitación para formar nuevos emprendedores e instruir a los microempresarios existentes. El Banco Mundial (2013) recoge algunos de los

programas desarrollados con emprendedores rurales en Bosnia-Herzegovina, Perú, Ghana, Pakistán, Tanzania, El Salvador y Sudáfrica, entre otros.

Lo cierto es que en el caso de los habitantes de comunidades rurales, la mayoría no han pulido las competencias emprendedoras, motivo por el que muchos de ellos no consiguen mantener sus actividades en un periodo mayor a tres años.

Así pues, es necesario impulsar procesos que involucren a los emprendedores, que fortalezcan estas habilidades y promuevan la creación, mantenimiento y crecimiento a lo largo del tiempo de los proyectos emprendedores.

Como en otros países del entorno en el que se ha puesto en marcha una política de desarrollo local, en Ecuador se ha potenciado la implantación en las zonas rurales de establecimientos para la preparación y el expendio de platos típicos del lugar (maduro con queso, tortillas de maíz, choclos, empanadas, chuzos, entre otros) a turistas locales y no residentes que están de paso. Estos negocios son dirigidos y trabajados por población de la comunidad y, en general, responden a un modelo de baja inversión. El aumento de esta actividad por parte de microempendedoras se ha producido de un modo poco profesional, lo que incide en el nivel de rendimiento y de supervivencia de los establecimientos.

En el caso concreto de la parroquia de Tachina, en la provincia de Esmeraldas, los emprendimientos comparten muchas de las características citadas. En esta parroquia se han desarrollado numerosos pequeños negocios de restauración por la necesidad de mujeres de la parroquia de lograr independencia y estabilidad económica. El incipiente desarrollo turístico en la provincia, sobre todo de ciudades balneario en la costa, genera una mayor movilidad de turistas y residentes en el territorio esmeraldeño, lo que ha generado una renta de localización que ha permitido el crecimiento de los servicios de restauración en las zonas rurales, en el entorno de las principales rutas o en las áreas cercanas a los recursos turísticos.

Las dueñas de estas microempresas tienen capacidad de compromiso, vocación por su trabajo, constancia, optimismo, capacidad de actuar,

entusiasmo y valentía. Pero a pesar de todo esto, los servicios de alimentos preparados en que se basa sus negocios se manejan de forma intuitiva, lo que suele repercutir en un incremento de los costos, en la existencia de un producto menos diverso e innovador (limitación en los menús) y en una probable merma en la calidad del servicio causada por deficiencias higiénicas y procesamiento y manipulación inadecuada de los alimentos, repercutiendo, todo ello, en una mayor insatisfacción de los clientes y, consecuentemente, se ve perjudicada la supervivencia de los negocios.

Por todo ello, es necesario profesionalizar estos servicios de alimentos utilizando mejores recursos (Fontanot, 2000). Al incurrir en las mejoras de un negocio se debe considerar el tener en cuenta que el cambio no debe ser únicamente externo, al referirse al local en el que se ofrecen los productos, sino que la mejora va de la mano de un cambio interno del negocio, lo que involucra de manera directa al personal que trabaja en él y los recursos de tipo tecnológicos que pueden llegar a incorporarse. Por tanto, para el éxito del emprendimiento se deben conocer técnicas y temáticas administrativas, financieras, de comercialización, motivo por el cual “aprender a emprender” es clave para un crecimiento sostenido.

Las experiencias de los países que han logrado un buen nivel de desarrollo con equidad social se basan en la creatividad y capacidad laboral de sus ciudadanos, ambos elementos sustentados en sistemas educativos y de formación de calidad. Una de las principales capacidades y competencias que emerge y sobresale en estas experiencias de desarrollo son las asociadas al emprendimiento. (Barreda, 2010)

En este contexto se sitúa esta investigación que, con la colaboración de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador donde la autora es Directora de la Unidad de Emprendimiento actualmente, pretende favorecer el desarrollo de las microempresas de negocio de alimentos preparados mantenidos por mujeres en las parroquias rurales de la provincia de Esmeraldas.

Las mujeres responden a múltiples demandas; el hogar, la familia, la crianza de los niños, entre otras, lo que afecta al tiempo, prioridades y aspiraciones de las emprendedoras (Stevenson, 1986; Stoner et al., 1990). Por ello, es necesario

ayudar a este tipo de iniciativas a través de la implantación de planes de fortalecimiento que permita que las emprendedoras adquieran nuevos conocimientos, se relacionen con otras personas, satisfagan sus propias necesidades económicas y mejoren las condiciones del territorio.

1.2. El emprendimiento en Ecuador

En términos generales, el emprendimiento tiene una especial presencia en Ecuador. Esto es debido a que es un modo de relación con la actividad productiva propio de la economía del país. Sin embargo, la mayor parte de los negocios no suelen perdurar en el tiempo. Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2013) en el año citado se obtuvo la tasa de Actividad Emprendedora Temprana¹ (TEA por sus siglas en Inglés) del 36% en Ecuador, para el año 2015 se ubicó en 33.6%. Ello significa que, aproximadamente, 1 de cada 3 ecuatorianos había realizado gestiones para crear un negocio o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses. Comparando el promedio de la TEA para el 2015 de la región que es de 19.9%, Ecuador tiene la tasa más alta 33.6% y en relación con la TEA por necesidad, Ecuador alcanza el 30.6% versus el 29.6% de la región en este rubro solo superado por Colombia. Para una referencia a nivel mundial el promedio de las economías de eficiencia² del TEA es de 15.2% y del TEA de subsistencia para los países en ese mismo nivel de desarrollo es de 28.3%.

Analizando la composición de los emprendimientos, el porcentaje de personas que poseía un negocio ya establecido, de más de 42 meses, era bastante inferior, del 18%, similar al de 2012. Tanto los negocios con menos de 42

¹ Porcentaje de la población, entre 18 y 64 años de edad, que es un emprendedor naciente -involucrado en etapas iniciales de un negocio- o dueño y gestor de un nuevo negocio- considerados hasta 3.5 años- (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015)

² Concepto acuñado en la metodología GEM, de la clasificación de acuerdo al estado de desarrollo económico del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés). De acuerdo a la clasificación del WEF, en la fase economías de factores prevalecen los negocios agrícolas y de extracción de subsistencia, con una fuerte dependencia en la mano de obra (no calificada) y los recursos naturales. En la fase de economías de eficiencia, una economía se ha vuelto más competitiva con un mayor desarrollo acompañado de industrialización y una mayor dependencia en economía de escala, con grandes organizaciones intensivas en capital más dominantes. A medida que el desarrollo avanza a la fase de economías de innovación, los negocios son más intensivos en conocimiento y el sector de servicios se expande. <http://wefoeum.org> (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015, pág. 13)

meses como los que estaban ya establecidos, se dedicaban en su mayoría al comercio (68.4% y 49.2% respectivamente) y principalmente estaban orientados al mercado doméstico.

El bajo peso de emprendimiento establecido se relaciona con un perfil del emprendedor caracterizado por un bajo nivel formativo, una edad promedio no muy elevada y unos ingresos moderados. Los emprendedores en general no han contado con un periodo de formación reglada muy prolongado ya que el 38.1% de los mismos solo había completado la educación secundaria y el 37.3% la primaria en 2013. Exclusivamente un 13.6% de los emprendedores poseían estudios universitarios, un valor no muy alto pero considerablemente por encima de lo observado el 2012 (6%). De igual modo, el 74.8% de los emprendedores tenía menos de 45 años, el 55.7% era auto-empleados y solamente el 27.3% contaba con ingresos familiares anuales superiores a los US \$7200

Junto a una relativa baja tasa de supervivencia, el emprendimiento en Ecuador hay que interpretarlo como una alternativa para la subsistencia (GEM Ecuador, 2014). La aparición de los negocios se explica por la fuerza de emprendedores que en muchos de los casos lo que buscan es mejorar sus condiciones de vida y la de sus familias. Y lo cierto, es que estos emprendedores que ponen en marcha negocios ligados a su subsistencia "son la base para el crecimiento económico y la competitividad" en el país (Aspra, 2013)

En la motivación para emprender los emprendedores nacientes de entre 35-44 años manifiestan el 40.5% hacerlo por necesidad, el 35.1% por una motivación mixta y el 24.3% por oportunidad de mejor. De los emprendedores nuevos, en ese mismo grupo etario, 35 a 44 años, el 51% lo hizo por necesidad, el 20.4% por necesidades mixtas y el 28.6% como una oportunidad de mejora. En el caso de los emprendimientos establecidos, llama la atención que es el grupo de 18 a 24 años quienes mayoritariamente han emprendido por necesidad con un 56.5%, el 34.8% por una motivación mixta y solo el 8.7% por oportunidad de mejora, claramente se han convertido en emprendedores por razones de desempleo.

El emprendimiento es necesario, tanto en el rol del empleado como en el de empresario (Arias & Castillo, 2011). Sin embargo, en el contexto ecuatoriano, como en el de otros países del entorno (Colombia, por ejemplo) el emprendimiento no responde exactamente a esta visión conceptual y se relaciona más con la supervivencia.

El porcentaje de ecuatorianos que considera tener las capacidades para emprender o reconoce oportunidades para hacerlo es aproximadamente 1.5 veces superior en 2013 que el que se registra en otros países del entorno. Sin embargo al comparar las motivaciones de los emprendedores, se encuentra que el porcentaje de la TEA motivado por necesidad es 1.06 veces el observado para las economías de eficiencia, mientras que el motivado por oportunidad de mejora es solo de 0.76. De forma similar, en cuanto a expectativas de crecimiento en plazas de trabajo medianas y altas, en Ecuador se registra un valor que representa solo el 0.6 del promedio de las economías de eficiencia.

El contexto particular en el que se centra esta investigación, la provincia de Esmeraldas, situada en la costa Norte del país, con una población de 534.092 habitantes, de los cuales el 49,2 % son mujeres y el 50,61%, según el VII Censo Nacional de Población 2010 elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se caracteriza por un tejido social marcado por la pobreza y la falta de formación. Así lo atestiguan los datos: el 9,76% de los esmeraldeños de 15 años o más son analfabetos y, según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE, 2010), el 76,80% de la población se encuentra en situación de pobreza, llegando al 42,50% los que viven en extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas. (INEC, 2010).

Por ello, el emprendimiento en la provincia se caracteriza por su bajo número y escasa profesionalidad promedio, según las investigaciones realizadas. La cantidad de emprendimientos que se genera es insuficiente en relación con las necesidades socioeconómicas de la provincia (Oyarvide, 2013). Asimismo, como en el conjunto del país, la precariedad económica obliga a las personas a incursionar en pequeños negocios de manera empírica, sin tener todas las condiciones para asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

Según encuestas realizadas a emprendedores, autoridades y académicos por investigadores de la Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres respecto a las características psicológicas del emprendedor, el 82% de los encuestados tienen baja o muy baja motivación para el emprendimiento. En esto influye que el 74% tenga a su vez baja o muy baja solvencia económica para crear negocios o empresas y que la preparación empresarial para esta actividad sea muy limitada (76%). A ello hay que agregar que el 66% prácticamente desconoce las fuentes de financiación. Todos estos factores provocan que más del 50% de los encuestados manifiesten miedo al fracaso, falta de perseverancia y una alta resistencia al cambio.

A partir de otro estudio sobre las características de los emprendimientos en la provincia de Esmeraldas en el que pudo colaborar la autora de esta tesis y que fue realizado entre septiembre de 2015 y septiembre de 2016³ (Benites, 2017), se puede esbozar el perfil de los mismos. El 66.87% de los emprendimientos estudiados eran unipersonales y el 31.25%, asociativos. La mayoría de los emprendimientos estaban constituidos por mujeres, el 64,85% de los unipersonales y el 53.49% de los asociativos.

La mayoría de los negocios contaban con un nivel de ingresos comprendidos en el intervalo de 300 a 800 dólares (38% de los emprendimientos individuales y 40.43% de los emprendimientos asociativos). En cuanto a las dificultades a las que se enfrentan los emprendedores, se encontró que en un 64% eran financieras, derivadas de los problemas de acceso al crédito por falta de garantías o fianzas.

Se concluye que la mayor cantidad de emprendimientos son de subsistencia, liderados por mujeres, con bajos niveles de instrucción, mayoritariamente enfocados al servicio y comercio. Se detecta la latente necesidad de recursos para inversión y capital de trabajo. En otros niveles no menos importantes se enfatiza la falta de acceso a la tecnología y a la asistencia técnica para temas como estudios de mercado y aspectos administrativos y financieros. (Benites, 2017)

³ La muestra de este estudio estuvo constituida por 300 emprendimientos urbanos y se evaluó el género, el nivel de escolaridad, el nivel de ingresos, el tipo de actividad y las dificultades a las que se han enfrentado los emprendedores.

Estas limitaciones coyunturales restringen la expansión y consolidación de sus negocios, viéndose abocados, en numerosas ocasiones, a mantener una actividad en el límite de la subsistencia, a pesar de contar con ideas y proyectos innovadores con potencial viabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

1.3 Objetivos e hipótesis

El objetivo general de esta tesis es aportar un programa de fortalecimiento de las competencias emprendedoras de las mujeres que han puesto en marcha microempresas en las parroquias rurales de la provincia de Esmeraldas que mejore el ratio de supervivencia de dichas iniciativas emprendedoras.

De un modo más específico, el proyecto de investigación se enfoca en:

1. Diagnosticar el nivel formativo actual de las emprendedoras al frente de empresas de servicio de alimentos preparados en la comunidad rural de Tachina.
2. Evaluar el estadio de desarrollo y las carencias existentes en las iniciativas emprendedoras puestas en marcha por las emprendedoras.
3. Diseñar un plan de formación que desarrolle las competencias de las que carece las emprendedoras de Tachina.
4. Determinar la adecuación del programa de capacitación diseñado de tal forma que los servicios ofertados alcancen las expectativas de calidad de la demanda.

El proyecto de investigación desarrollado se enfoca, en primer lugar, en la adecuación del programa formativo a las peculiaridades geográficas, sociales y económicas de la zona pues las capacitaciones ajustadas a la realidad del emprendedor son un elemento clave para el éxito. Y, en segundo lugar, en la supervisión controlada tanto del proceso de capacitación como de la evolución de los negocios.

La consecuencia inmediata de la implantación del programa de formación propuesto debe ser la mejora de las expectativas de los negocios, el

incremento de la tasa de supervivencia de las microempresas y, por consiguiente, el desarrollo local del área.

El desarrollo experimentado por la comunidad rural de Tachina, tras la formación de las emprendedoras, deberá servir como acicate para iniciar acciones similares en otras comunidades rurales donde existe un potencial para el emprendimiento femenino.

1.4 Área de estudio

El área de estudio donde se llevará a cabo la presente investigación es la comunidad rural de Tachina, en Esmeraldas, Ecuador.

Figura 1: Mapa político del Ecuador

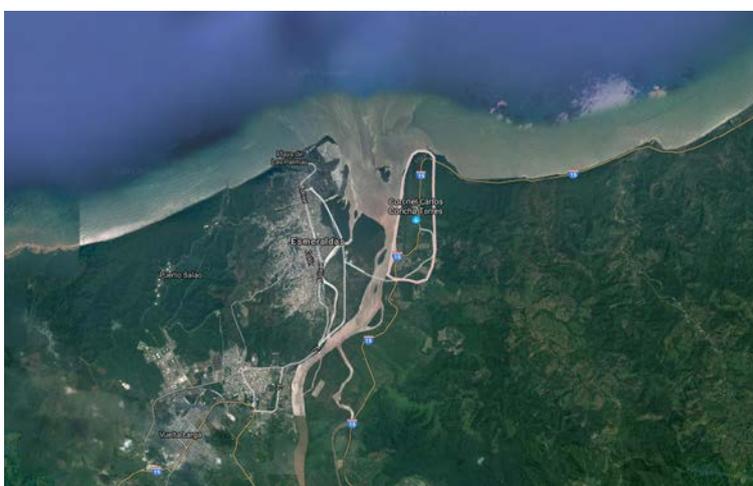


Fuente: (Instituto Geográfico Militar Ecuador, 2016)

La provincia costera de Esmeraldas, situada en el noroeste de Ecuador y fronteriza con Colombia, alcanza una extensión de 15.954 Km² y suma 534.092 habitantes, según el VII Censo de Población de 2010. Está compuesta por 7 cantones. El cantón de Esmeraldas, recibe su nombre por albergar la

desembocadura del río del mismo nombre, con 1.351 Km² y 189.504 habitantes en ese año es en el que se centra esta investigación. En este cantón se ubica la capital provincial, también denominada Esmeraldas. Colindante con el cantón de Esmeraldas, se ubica el de Atacames, al oeste y Río Verde, al este, donde se localizan las principales playas y ciudades balnearios de la zona. El cantón de Esmeraldas se divide en cinco parroquias urbanas y ocho parroquias rurales, entre las que se encuentra la parroquia de Tachina, en la que centramos nuestro análisis.

Figura 2: Ubicación Parroquia Tachina



Fuente: fotografía obtenida de Google Maps, recuperado Nov. 2016

La mayor parte del relieve provincial es llano o ligeramente ondulado aunque se levantan relieves montañosos formados por las prolongaciones occidentales de los Andes y otras estribaciones de menor altura. El relieve está condicionado por el desarrollo de seis sistemas hidrográficos, de este a oeste los mayores son Cayapas-Santiago, Verde, Esmeraldas y Muisne. Los caudales son abundantes y permanentes.

El clima es tropical en toda la provincia, oscilando desde el tropical húmedo al norte al tropical monzónico en la zona costera central de la provincia. Con la altura, el clima pasa a ser subtropical. La vegetación potencial es de bosque

húmedo, con diferentes variantes en función del total pluviométrico y la prolongación de la estación seca, que se extiende de julio a noviembre. También tienen relevancia los manglares y los guandales.

La antropización del espacio es creciente y buena parte de la vegetación potencial ha sido sustituida o degradada. No obstante, en la provincia encontramos ocho espacios protegidos, de los cuales tres de ellos se encuentran en el cantón de Esmeraldas (la reserva ecológica Mache-Chindul; la reserva marina Galera-San Francisco y el Refugio de Vida Silvestre Manglares del río Esmeraldas). En su conjunto, estos espacios tienen una gran potencialidad turística.

Las temperaturas elevadas, la abundancia de precipitaciones, la existencia de importantes caudales fluviales y la riqueza de los suelos generan una gran potencialidad forestal, ganadera y agrícola a la zona, pero los desarrollos que se han llevado a cabo no siempre se han hecho con criterios ecológicos, y abundan grandes espacios con monocultivos como eucaliptos, teca o palma, cultivos en ladera incontrolados que favorece la erosión del suelo y fenómenos de vertiente y el desarrollo de prácticas agrícolas poco adecuadas a las características del lugar. En general, podemos decir que entre 2001 y 2011 la provincia de Esmeraldas ha perdido 476,526.51 has de vegetación natural (29,7% de la superficie provincial), 109.593,81 has se encuentran muy degradadas (6,8%) y en proceso de degradación 112.926,06 has (7%) (GEOPLADES, 2011).

En términos monetarios, la actividad económica de la provincia se centra en el refinado del petróleo, localizado en la ciudad de Esmeraldas (39% del PIB provincial), el comercio y la actividad portuaria (15%), las actividades industriales asociadas al cultivo de palma (13%) y las actividades madereras y agrarias (10%) (INEC, 2010). De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador, la actividad más importante de esta provincia es la refinación de petróleo, aportando la provincia más del 60% en esta actividad a nivel nacional y el 81% a nivel regional (Zona 1). El turismo sólo supone el 2%, aunque tenemos que contextualizar estos datos en un entorno de fuerte presencia de la economía informal. En términos sociales, la mayor parte de la población se

dedica al comercio, la agricultura, la pesca, la restauración y servicios de alojamiento, en un contexto económico global de subsistencia.

La pesca artesanal en la provincia es uno de los rubros de mayor impacto social y efecto redistributivo, pues se relaciona con sectores sociales de alta vulnerabilidad y asimismo potencialidad para líneas alternativas. Se estima que la pesca implica una producción de 32 mil toneladas métricas al año, con una valoración de 70 millones de dólares (corrientes), con cerca de 6 mil embarcaciones y 80 cooperativas de pesca artesanal. En el sector agropecuario, en orden de importancia, las mayores superficies de producción son de cacao, palma, banano, plátano, café, palmito, maracuyá...productos destinados principalmente al mercado internacional, en estado primario. A este panorama productivo, se ha unido en los últimos años la actividad turística.

El modelo de desarrollo económico de la provincia de Esmeraldas, se asemeja al de la mayoría de provincias del Ecuador (ART/PNUD, 2011). En las zonas rurales predomina el empleo inadecuado⁴, con poco valor agregado y el enfoque en productos de recolección y agricultura.

En las áreas urbanas se concentra la actividad comercial. Más del 90% de las empresas registradas en la provincia son empresas comerciales, integradas a cadenas logísticas originadas fuera de la provincia que producen remanentes de riqueza local. Los pequeños comercios representan alrededor del 85% de las fuentes de empleo en el perímetro urbano. (INEC, 2010).

Según el Censo de 2010, la mayor parte de la población del cantón de Esmeraldas es afroecuatoriana y mestiza (55,5 y 37,4%, respectivamente). La población blanca no llega al 5% y el resto, en torno al 2% son montubios, indígenas y otros grupos.

El cantón Esmeraldas se divide en cinco parroquias urbanas, 5 de agosto, Bartolomé Ruiz, Esmeraldas, Luis Tello y Simón Plata Torres; y en siete

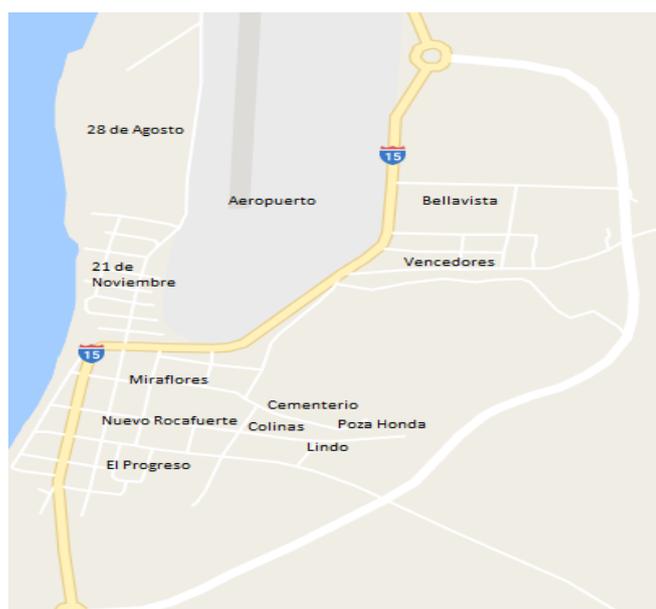
⁴ De acuerdo a la metodología del INEC la Población Económicamente Activa se clasifica en Empleo y dentro el adecuado, inadecuado y no clasificado. El empleo inadecuado, a su vez se subdivide en Subempleo, Otro empleo inadecuado y No remunerado; el subempleo puede ser por insuficiencia de tiempo de trabajo o por insuficiencia de ingresos. El desempleo se considera abierto y oculto (INEC, 2014, pág. 10)

parroquias rurales, San Mateo, Majua, Carlos Concha, Camarones, Vuelta Larga, Tabiazo y Tachina.

Tachina es elevada a parroquia rural el 29 de enero de 1940 y empieza a tener vida institucional como Junta Parroquial con la primera elección popular con voto secreto realizada en el año 1999 y entra en funciones en el año 2000 (GAD Parroquial Tachina, 2017).

Según los datos del INEC (2010) el total de habitantes de la parroquia Tachina es de 3.983, distribuidos geográficamente en 10 barrios (Figura 3) y 6 recintos (Figura 4), así un 67% de la población vive en la cabecera parroquial, el 15% en Las Piedras, 6% en el Tigre, 6% en Tábule, 5% en Achilube y 1% en Curunde.

Figura 3: Barrios de la parroquia Tachina



Fuente: Adaptación (Google Maps, 2016)

La población de la parroquia Tachina mayoritariamente es mestiza, existiendo población autodenominada negra y afroecuatoriana. La formación predominante es la primaria (28%) y la secundaria (33%), pero el 23% de la población ha concluido el bachillerato y el 10% afirma tener educación superior. El 5% de la población no tiene ningún tipo de instrucción (SENPLADES, 2011).

Tradicionalmente, la parroquia Tachina, por las bondades de sus tierras, ha sido un territorio dedicado a la agricultura con la producción de “tagua, café, cacao, árboles frutales y pasto para el ganado”. (GAD Parroquial Tachina, 2017). Además, ha sido utilizada la ribera del río Esmeraldas como medio de transporte fluvial por sus habitantes y de comercialización de todo tipo de productos del medio.

Figura 4: Recintos de la parroquia Tachina



Fuente: Adaptación (Google Maps, 2016)

Desde el año 2012 con la construcción del puente sobre el río Esmeraldas en la parroquia Tachina, se dio un cambio en la dinámica de desarrollo para esta parroquia, debido a la conexión y cercanía con la ciudad de Esmeraldas a sólo 5 minutos.

La economía se ha reactivado y aunque la actividad comercial y de servicios se concentra en un 65% en la cabecera parroquial, el 12% se encuentra ubicado en el entorno de la vía principal que conecta Tachina con Esmeraldas. A pocos kilómetros de la cabecera parroquial, se encuentra el recinto de Achilube que tiene 3 hosterías para el servicio de alojamiento y comida. La incidencia de la

agricultura, ganadería y silvicultura, se muestra en los recintos El Tigre, Las Piedras y Tabule.

El crecimiento del tejido edificado se ha hecho a través de la lotización y posterior venta por parte de los propietarios. En bastantes casos aparecen construcciones de viviendas ilegítimas, “sin escritura”, en los barrios y recintos, lo que se mantiene actualmente sin que ninguna autoridad lo solucione (Caicedo, 2016).

Los principales equipamientos son varios centros de salud primaria y de primeros auxilios y doce establecimientos educativos, concentrados en su mayoría en la cabecera parroquial.

A pesar de la mejora económica que ha conllevado las intervenciones en accesibilidad de Tachina con el exterior, las tasas de actividad no son altas. En el rango de edad comprendido entre 21 a 40 años, el 32% no realiza actividad alguna, mientras que sólo el 21% de la población adulta de 40 años o más indica tener actividad laboral.

Del 49% de la población ocupada de la parroquia rural Tachina, el 15% se dedica a los micro-empresarios tales como tiendas de alimentos y restaurantes, mientras un 9% trabaja en la agricultura, el 7% se dedica a la pesca, y sólo el 1% a la ganadería. El 17% incluye actividades varias como profesores, enfermeras, albañiles, carpinteros, transportistas, conserjes, entre otros oficios. Es relevante que el 51% de la población no esté vinculado a ninguna actividad económica, lo que evidencia el alto nivel de desocupación en la parroquia.

1.5 Estructura de la tesis

La presente memoria de tesis se estructura en cuatro partes. Una primera parte, conformada por el capítulo 1 –Introducción- y el capítulo 2 –Marco Teórico- se desarrolla en torno al establecimiento y justificación de los objetivos de la investigación, y a la contextualización teórica del emprendimiento en

América Latina, en especial el femenino, y la importancia de la formación al respecto.

La segunda parte del documento –capítulos 3 y 4- se centra en la contextualización, la metodología y los análisis realizados. Se inicia con una caracterización detallada de los emprendimientos y de las emprendedoras (inventario), se analiza la opinión de los expertos, autoridades y clientes y se acaba con un diagnóstico sobre la situación y posibilidades de desarrollo del emprendimiento de la zona, en especial en lo relativo a las deficiencias formativas.

La tercera parte de la memoria se dedica a presentar el plan de capacitación y su ejecución –capítulo 5-. Se explican los contenidos a impartir, el plan de implantación del programa formativo y la evaluación de los resultados alcanzados.

Se concluye el documento –capítulo 6- con una conclusión final sobre los logros conseguidos, las limitaciones experimentadas y las propuestas de mejora sobre el proyecto de capacitación aportado.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 El emprendimiento y los procesos de desarrollo

En épocas tan antiguas como el siglo XVIII el economista Richard Cantillon citado por (Burnett, 2000), define al empresario como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios para combinarlos” en un nuevo producto. Poco después, el economista francés J.B. Say agregó a la definición de Cantillon que los empresarios tenían que ser líderes (Burnett, 2000).

Durante el siglo siguiente, economistas británicos como Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill abordaron brevemente el concepto de emprendimiento, asimilándolo con el término “gestión empresarial”. Mill se esfuerza en subrayar la importancia del espíritu empresarial para el crecimiento económico (Burnett, 2000).

La necesidad del emprendimiento para la producción fue reconocida por Alfred Marshall en 1890 cuando afirma que hay cuatro factores de la producción: tierra, trabajo, capital y organización, siendo la organización el factor de coordinación de los otros factores (Burnett, 2000).

Por su parte, Schumpeter (1942) en su abundante contribución económica, a la teoría de los ciclos y la producción, mencionó por primera vez el término “destrucción creativa” entendiéndolo como el proceso previo a la creación o innovación de nuevos bienes, de nuevas empresas o métodos, de nuevos mercados, de nuevas formas de organización y, en definitiva, de las capacidades innovadoras de la persona emprendedora. Así, la capacidad de creación se transforma en una de las principales competencias de todo emprendimiento y uno de los desafíos más grandes en la búsqueda del crecimiento económico sostenido a largo plazo.

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Él observó que la función del emprendedor es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar

una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.

Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan. (Schumpeter, 1942)

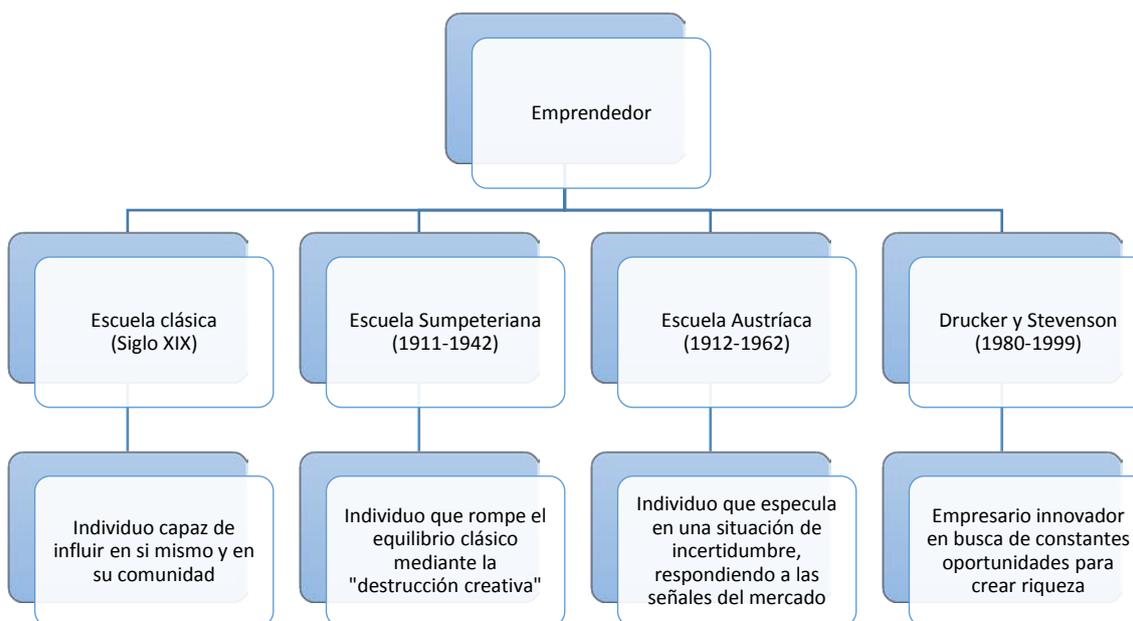
En contraposición a Schumpeter, en la escuela austríaca, Mises (1881-1973), Hayek (1899-1992), Kirzner (1930-) citado por (Herrera & Montoya, 2013, pág. 23) definen al emprendedor como “aquel sujeto que descubre en el mundo del conocimiento imperfecto una oportunidad que otros no han percibido”. En general la escuela defiende un enfoque individualista que convierte al emprendedor en un “especulador” con las condiciones del mercado en situaciones de incertidumbre (Castiblanco, 2013).

Más adelante, (Drucker, 1985) presenta por primera vez el emprendimiento como una disciplina. Define al emprendedor como aquel empresario que es innovador. Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo de carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador (Formichella, 2004).

Stevenson (2000) expresó que crear una empresa no es suficiente para ser considerado un emprendedor. Además de crear empresa, un emprendedor

busca continuamente una oportunidad para crear riqueza. El emprendedor arma su estrategia en función de esta oportunidad.

Figura 5: Evolución de las concepciones del emprendedor



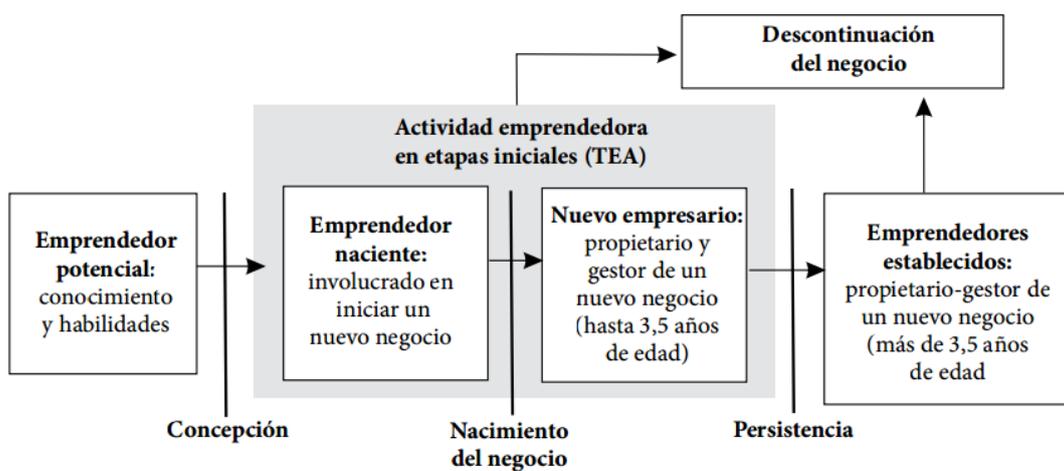
Fuente: Tomado de (Castiblanco, 2013)

Cuando el emprendedor se implica en las actividades productivas desarrolla una doble función. Por un lado actúa descubriendo las oportunidades no explotadas, transformando una situación económica y tecnológicamente ineficiente en una eficiente y, por otro lado, adopta un rol innovador, al facilitar un incremento de la productividad real (Minniti, 2012).

En años recientes, el abordaje del emprendimiento se ha realizado desde la perspectiva de los procesos. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), define al espíritu emprendedor como "cualquier intento de creación de nuevos negocios o nuevos emprendimientos, como el trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas o un negocio establecido" (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2017).

GEM analiza las diferentes fases del emprendimiento, desde las intenciones generales hasta una fase inicial o naciente de los negocios que están en gestación, siguiendo con los nuevos negocios que pueden identificarse como aquellos que han comenzado a operar, hasta la fase del negocio establecido y posiblemente la discontinuación del negocio (Amorós J. E., 2011)

Figura 6: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM



Fuente: Adaptado por (Amorós J. E., 2011) de Kelley et al., 2011

En las últimas décadas, debido a la transformación del patrón productivo capitalista de finales del siglo XX, tanto en el ámbito político como en el económico, ha ido tomando importancia la figura del emprendimiento como guía del cambio y del crecimiento económico. Los estudios tradicionales acerca del crecimiento económico se centraban básicamente en el funcionamiento e importancia de las grandes empresas, paradigma que cambia y da paso a abundante literatura centrada en las micro, pequeñas y medianas empresas⁵, perspectiva que ofrece una mejor comprensión del motivo por el cual el

⁵ La definición del término PYME suele variar de un país a otro y, a menudo se basa en el número de trabajadores, el volumen de negocios anual o el valor de los activos de la empresa. Por lo general, se entiende por microempresa toda empresa que ocupa hasta diez trabajadores, las pequeñas son aquellas que tienen entre 10 a 100 trabajadores y las medianas, aquellas que cuentan con una plantilla de entre 100 y 250 trabajadores (OIT, 2015)

emprendimiento se ha convertido en un factor valioso para el crecimiento económico.

En la literatura se reconoce de forma generalizada el papel del emprendimiento como motor de desarrollo económico, tanto local como global (Audretsch & Keilbach, 2005) (Bosma y Levie, 2010), si bien hay que reconocer que las actividades emprendedoras dependen del grado de competitividad del país en cuestión.

Para los países en vías de desarrollo, es este un tema de suma importancia. Así lo revelan numerosos estudios que aportan evidencias de la contribución de los emprendimientos a la generación de puestos de trabajo, a la innovación, a la diversificación del tejido productivo, al fortalecimiento del espacio de la pequeña y mediana empresa y a la equidad. Sin embargo, en este tipo de países, no siempre se consigue que los emprendimientos logren el efecto arrastre descrito.

A pesar de asumir un lugar en el diálogo en torno a la creación de empleo, reducción de la pobreza e innovación, la relación entre la iniciativa empresarial y estos objetivos económicos es compleja. Por ejemplo, con respecto al empleo, se da la contradicción que la mayor parte de la creación está dentro de microempresas que experimentan altas tasas de fracaso, lo que puede comprometer la creación neta de empleo. (World Bank, 2012). O por citar otro ejemplo, en relación con los ingresos, se da la peculiaridad de que el espíritu empresarial contribuye activamente a la generación de ingresos para la población vulnerable, al mismo tiempo que es sustituido por el empleo asalariado en la medida en que los países se van desarrollando gracias al propio emprendimiento (Gindling y Newhouse, 2012).

En general, respecto al desarrollo, “al involucrarse en actividades productivas, el emprendedor desempeña una función dual. La primera función consiste en descubrir las oportunidades de beneficio no explotadas, mientras que la segunda función se lleva a cabo a través de la innovación”. (Minniti, 2012, pág. 24)

A pesar de esta relación compleja entre emprendimiento y desarrollo, la importancia de la figura del emprendedor para el desarrollo económico ha sido reconocida por las más importantes organizaciones internacionales de ayuda que han puesto en marcha programas específicos para estimular la iniciativa emprendedora. En 1998, por ejemplo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) lanzó un programa denominado Fostering Entrepreneurship que pretendía ofrecer un mejor entendimiento del papel que los emprendedores desempeñan en la economía. Tanto el Banco Mundial, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) como el Fondo Monetario Internacional (FMI) han abordado iniciativas dirigidas a entender y fomentar el emprendimiento en los países en desarrollo.

El reconocimiento de la importancia del emprendimiento como agente de dinamización económica ha conllevado también que desde la década de 1990 se generalizara la cultura del emprendimiento en todo el mundo. Esta ha sido una estrategia implementada por los gobiernos para hacer frente a problemas políticos, económicos y sociales que genera el progreso del mercado. Los gobiernos fomentan la cultura del emprendimiento como un mecanismo para crear empleo y competitividad, a la vez que busca aumentar los ingresos de los ciudadanos para mejorar el bienestar social y la gobernabilidad (Agudelo, 2012)

Según esta mirada, la concepción del ser humano ha sido muy reducida; aparece como un abstracto, un objeto económico, un individuo sin cultura y a veces sin identidad, inscrito en el mundo de la lógica y de la instrumentalización (Orrego, 2009). Es pues bajo la mirada del negocio como ha sido guiado tradicionalmente el emprendimiento; por esto es cada vez más importante recuperar las dimensiones sociales.

Según el informe de la Organización Internacional del Trabajo y la Cooperación Alemana denominado "Is Small Still Beautiful" (Kok, Deijl, & Veldhuis-Van Essen, 2013), una buena estrategia para la superación de la pobreza es la creación de nuevos puestos de trabajo, y en este aspecto las pequeñas y medianas empresas juegan un rol fundamental ya que, tras el análisis de alrededor de 50 estudios, se pudo constatar que las PYME proporcionan dos terceras partes de todos los empleos formales en los países en desarrollo de

África, Asia y América Latina, y el 80 por ciento en los países de bajos ingresos, sobre todo en África Subsahariana. Este hecho convierte a quienes deseen emprender en potenciales agentes económicos y por tanto el éxito de su emprendimiento va a ser también la posibilidad de acceder a empleo para otras personas llegando a constituir una mejora en la economía nacional. (Coronado, 2014).

2.2. El impulso emprendedor

La actividad emprendedora se mueve, bien por la expectativa de alcanzar una retribución económica (Gifford, 1993; Carter et al., 2003; Cassar, 2007; Benz, 2009), bien por la consecución de recompensas personales, psicológicas o sociales (Schumpeter, 1991; Vivarelli, 2004; Santarelli y Vivarelli, 2007; Benz y Frey, 2008; Block y Koellinger, 2009; Lee et al., 2011; Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2012). En cualquier caso, la cantidad de horas empleadas para afrontar la puesta en marcha y el mantenimiento del negocio así como la variabilidad de los ingresos que caracteriza toda iniciativa empresarial supone que es la satisfacción alcanzada por el emprendedor la que en última instancia sostiene el ímpetu del proyecto (Hamilton, 2000; van Praag y Versloot, 2007; Benz y Frey, 2008; Blanchflower y Oswald, 2008; Hyytinen *et al.*, 2008; Parker, 2009). A su vez, podemos distinguir a aquellos emprendedores impulsados por la oportunidad y aquellos otros que se han visto abocados al emprendimiento por la necesidad (Reynolds et al., 2002; Sternberg et al., 2006; Block y Wagner, 2007).

Se considera que las personas que inician su negocio motivadas por el aprovechamiento de una oportunidad ponen en marcha iniciativas que perduran más a lo largo del tiempo que aquéllas cuya motivación se basa en la necesidad, debido, sobre todo, a que los emprendedores motivados por oportunidad inician su negocio con un capital humano y financiero más adecuado y adaptado a su nueva empresa (Block & Sandner, 2009).

El enfoque de oportunidades enfatiza que el emprendimiento desde la perspectiva correcta debe buscar, entender y explicar cómo las oportunidades,

que crean futuros bienes y servicios, son descubiertas, creadas y explotadas y por quién. Se entiende que una oportunidad es una situación que en el pensamiento de un individuo (el emprendedor) puede crear valor. La gran promesa de este enfoque es ofrecer un marco de referencia del emprendimiento que demuestre que el individuo combina sus características personales y su comportamiento para explotar oportunidades de emprendimiento dentro de su ambiente (Marvez, 2011).

Los emprendedores impulsados por la necesidad buscan en la iniciativa empresarial una opción de trabajo que el mercado laboral no le proporciona. Este grupo de emprendedores no le tienen miedo a enfrentarse a la precariedad laboral, se arriesgan por una expectativa incierta de ingreso (Reynolds *et al.*, 2002).

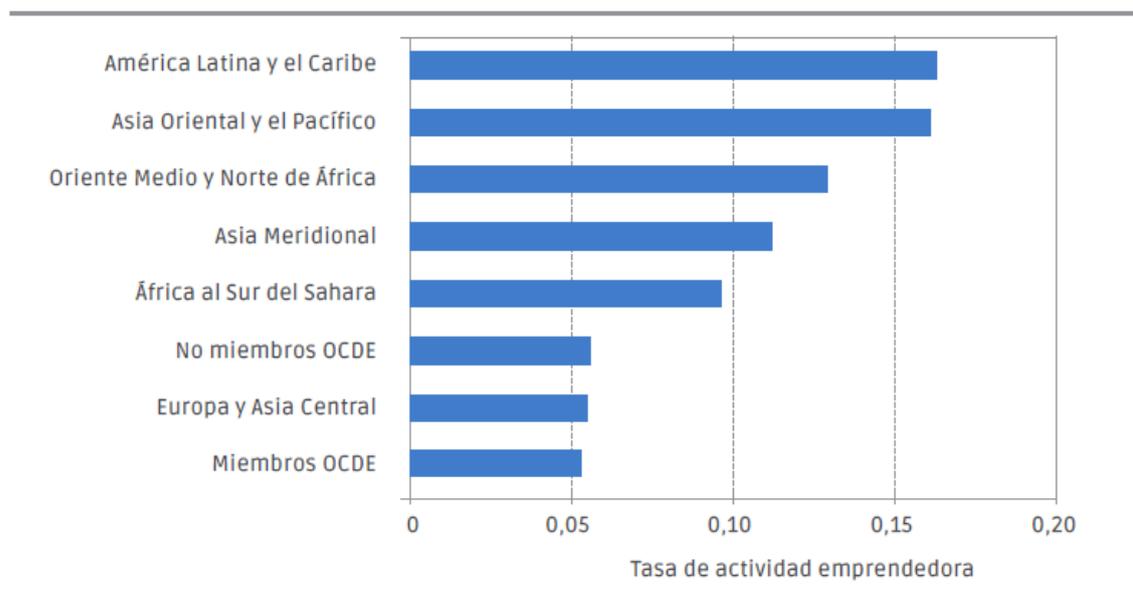
2.3 Emprendimiento en América Latina

En América Latina, existe una débil dinámica de crecimiento que implica que exista en la región una proporción relativamente baja de empresas grandes y también medianas, una abrumadora fracción de firmas pequeñas y sobre todo microempresas, donde se concentra una parte significativa del empleo total. En este contexto no es de extrañar que América Latina sea una de las regiones del mundo con más alta tasa de actividad emprendedora (Figura 3), pero, concretamente, de emprendimiento de subsistencia, es decir, negocios de reducida escala que no tienen perspectivas de crecer y que generan ingresos muy bajos y volátiles. En este sentido, estos emprendimientos de subsistencia deben distinguirse de aquellos más dinámicos o transformadores que tienen un impacto considerable sobre la capacidad de generar empleo y el aumento en la productividad. (CAF-Banco de Desarrollo de América Latina, 2013)

El emprendimiento dinámico, definido por Kantis, Ishida, & Komori (2002) como toda empresa joven que consigue convertirse en (al menos) una pyme competitiva, con perspectivas de seguir creciendo al cabo de los primeros tres o cuatro años de vida, se sustenta en tres ejes conceptuales: en primer lugar, el capital humano del emprendedor y sus determinantes, como son la cultura, las condiciones sociales y el sistema educativo; en segundo lugar, las

oportunidades de mercado dadas por las condiciones de la demanda, la estructura empresarial y las bases para la innovación; y, por último, el financiamiento, el capital social y las políticas y regulaciones al respecto (Kantis, Federico, & Ibarra , 2016).

Figura 7: Tasa de actividad emprendedora por regiones



Fuente: Informe del Banco de Desarrollo de América Latina, 2013 con base en GEM 2012

Pues bien, según el GEM (2012), cuatro aspectos clave explican la situación y la falta de emprendimiento dinámico en América latina:

- Las acusadas restricciones de acceso al crédito, lo que afecta la posibilidad de innovar y la productividad. Esto está incrementado por la falta de subsidiación pública.
- Las políticas impositivas y hasta algunas características de la política laboral y social que impiden el crecimiento de las empresas formales y de alta productividad, mientras que generan incentivos a la creación y supervivencia de microempresas de poco valor agregado.
- El escaso nivel formativo de gran parte de la población, lo que hace que se refugien en el microemprendimiento para ganarse la vida, a

pesar de que gran parte de esta población no tiene unos rasgos de personalidad que se asocien con la figura del emprendedor exitoso, con el agravante, además, de que estas actividades no permiten una mejora significativa de las capacidades.

- La relativamente escasa presencia del trabajo asalariado formal. Solo un pequeño número de los microemprendedores podría transitar hacia el sector asalariado formal.

A pesar de las peculiaridades de la región, el aporte teórico al emprendimiento en América Latina ha sido muy limitado y se ha concentrado en la medición de la actividad emprendedora y de algunas cifras socioeconómicas. (Amorós J. E., 2011); (Formichella, 2004); (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015) (Varela R. , 2001).

2.4 Mujeres rurales emprendedoras

Wortman (1990) define el emprendimiento rural como “la creación de una nueva organización que introduce un nuevo producto, crea un nuevo mercado o utiliza una nueva tecnología”, e identifica que la diferencia entre un empresario rural y uno urbano está en los procesos. Como en las zonas urbanas, el emprendimiento es un mecanismo para compensar la escasa generación de empleo por otros métodos. (Petridou & Glaveli, 2008)

Atendiendo al género, las tasas de emprendimiento femenino suelen ser inferiores a las masculinas (Amorós, Guerra, Pizarro , & Poblete, 2011) (Singer; Amorós, José & Moska, 2015) Algunos estudios indican que esto se debe a que las mujeres tienen mayores dificultades para emprender, lo que se confirma cuando se realizan entrevistas a las mujeres emprendedoras. Las mujeres están más alejadas de las oportunidades y no existen los incentivos suficientes para que los inicien.

Algunas investigaciones que han explorado las causas de esta diferencia (Jayawarna, Kitching, & Rouse, 2011); (Reynolds & Curtin, 2008), sugieren que las mujeres tienen razones distintas a las de los hombres a la hora de poner en marcha un negocio. En lo referente a las motivaciones empresariales de la

mujeres (Buttner & Moore, 1997), los factores de “empuje” son, principalmente, los ingresos familiares insuficientes, la insatisfacción por las condiciones laborales en las que viven, la necesidad de un horario flexible y la cercanía a su hogar para combinar su rol de madre y emprendedora. Otros estudios, como los realizados por Heller (2010), Amorós, Guerra, Pizarro y Poblete (2011), Coronado (2014), Buendía-Martínez y Carrasco (2013), que tienen como centro a las mujeres emprendedoras, corroboran que la principal motivación es la supervivencia familiar.

El emprendimiento femenino está relacionado con el proceso de adquisición de autonomía por parte de las mujeres. Dyson y Moore (1982) Kabeer (1999) (Anderson & Eswaran , 2009), trabajaron sobre la autonomía femenina y la capacidad de manipular su entorno personal y la toma de decisiones en el hogar y fuera de él, lo que las lleva a emprender y ser gestoras de sus propias ideas.

Es este precisamente el factor clave según algunos autores, el hecho de que las mujeres sean propietarias de sus negocios y que operen independientemente de sus maridos. El empoderamiento de estas mujeres se asocia generalmente a un mejor acceso a la educación (Stevenson L. , 2005), pero Anderson y Eswaran (2009), que examinan los determinantes de la autonomía femenina utilizando factores como educación o recursos económicos en el contexto de Bangladesh, llegan a la conclusión que la educación no tiene un impacto significativo en la autonomía de las mujeres y que sin embargo el tener una actividad económica diferente de la de los esposos agricultores contribuye en mayor medida.

Además de la autonomía, las tasas de emprendimiento femenino están condicionadas por otros factores. El hecho de que exista una política de apoyo pensada para la mujer es un elemento fundamental. En el mundo, múltiples organizaciones de desarrollo (CAF-Banco de Desarrollo de América Latina, 2013) (World Bank Group, 2013) (OECD, 2015) promueven actividades de apoyo al emprendimiento específicamente orientadas a la mujer. Sin embargo, muchos de los programas existentes, sobre todo los dirigidos a mujeres en

situación de vulnerabilidad, no se enfocan sistemáticamente en los problemas y necesidades a las que se enfrentan las mujeres.

En este sentido, los servicios de formación y desarrollo empresarial dirigidos a mujeres en situación de pobreza necesitan pasar de una visión asistencial a otra empresarial (OIT, 2011), ofreciendo a los grupos de mujeres habilidades prácticas sobre empresa y “mentalidad empresarial”, elementos cruciales para cualquier empresa exitosa; al mismo tiempo que promocionando la igualdad de género. En muchas ocasiones, la formación empresarial convencional no aborda las limitaciones específicas que tienen las mujeres por su condición de empresarias de bajos recursos y se dirige principalmente a aspectos sobre cómo establecer, administrar o hacer crecer una empresa.

Estos servicios tienden a desarrollarse desde una “perspectiva masculina” que refuerza las imágenes estereotipadas de hombres y mujeres empresarios. En muchos países, las mujeres cuentan con menos educación, tiempo y recursos para invertir en formación que los hombres, y/o tienen restricciones de movilidad. Como consecuencia, especialmente las mujeres de bajos ingresos se benefician menos de los servicios de desarrollo empresarial que los hombres.

Sánchez y Fuentes (2013) llevan esta realidad al ámbito de la Unión Europea, donde también es imprescindible analizar de forma particularizada la situación del autoempleo y la actitud emprendedora desde el punto de vista de género. En Europa se detecta una clara falta de paridad de género respecto a las cifras de altos cargos directivos (entre un 65 y un 75% de los propietarios o dirigentes de empresas en la UE son varones de acuerdo al Centre for Enterprise and Economic Development Research in Middlesex University de 2012) así como en el ámbito de la creación de empresas (en España sólo un 24,6% de los trabajadores por cuenta propia que además generan puestos de trabajo son mujeres) (Sánchez & Fuentes , 2013). Esta circunstancia exige programas públicos a fin de reducir la brecha de género en este terreno. Así pues, las políticas tienen que pensar específicamente en el emprendimiento femenino.

Tampoco hay que olvidar que el hecho de que algunos programas se dirijan a tratar las necesidades prácticas y estratégicas de las mujeres, ha creado, a

veces, resistencia de los hombres y líderes locales. Dichas tendencias son contraproducentes y necesitan revertirse usando un enfoque específico de género que implique tanto a mujeres como a hombres, y que les permita buscar soluciones a sus necesidades estratégicas de género. (Bauer, Finnegan, & Haspels, 2011)

La excepción a la falta de enfoque de género ha sido el desarrollo de ciertos programas de micro finanzas. Últimamente, la mayor parte de estos programas han optado por enfocarse particularmente a mujeres porque generalmente son buenas trabajadoras y responsables, y han demostrado que cumplen con sus obligaciones de pago.

El advenimiento de los planes de microcrédito iniciados por el Grameen Bank desde 1976 es el mejor ejemplo de lo importante que es la micro financiación femenina en el aumento de la actividad empresarial en muchos países. Este método para aliviar la pobreza en las zonas rurales se ha dirigido específicamente a las mujeres que anteriormente habían sido excluidas por los bancos y otras instituciones de crédito. (Bula & Tiagha, 2012)

La importancia de la financiación para explicar la tasa de emprendimiento femenino ha sido estudiada de modo sistemático en el caso del emprendimiento femenino en Kenia (Stevenson L. , 2005), (McCormick, 2011). Por debajo del umbral de pobreza (UNICEF, 2013).

Indistintamente de la falta de enfoque de género en las políticas de apoyo al emprendimiento, estas deben centrarse, al menos en el caso de las mujeres, en favorecer el acceso a la financiación, mejorar la cultura empresarial, orientar en la gestión de los impuestos, promover la educación y la formación (Nieva, (2015).

En otros estudios se habla de la necesidad de superar factores estructurales que condicionan el menor emprendimiento femenino. Un estudio realizado en Chile (Fawaz-Yissi & Rodriguez-Garcés (2013) concluyen que el emprendimiento femenino, que desempeña una triple dimensión como fuente de reconocimiento social, de realización personal y de la provisión de ingresos, "...está condicionado por factores estructurales que manifiestan especificidades

territoriales y de género" (p.65). En el mismo sentido, en Zimbabue, se ponen en evidencia las restricciones culturales que frenan el emprendimiento y se apuesta por la necesidad de trabajar la autoestima y la cultura empresarial como clave para su desarrollo (Chitsike, 2000). En otras realidades productivas con más control institucional, como Cuba, el tema del emprendimiento de mujeres, que no ha sido enfocado con una mirada de género. (Díaz & Echeverría, 2010), tampoco ha dado resultados óptimos, por lo que se manifiesta la importancia de factores culturales.

Bruno (2011) y Stefan (2014) en su análisis de los emprendimientos femeninos en zonas rurales en Rumania concluyen que las tres cuartas partes de las empresarias rurales y más del 85% de las posibles emprendedoras han sido capacitadas para el desarrollo de la gestión, por lo que concluyen que la educación es el elemento fundamental. En el mismo sentido, Begum (2016), para el caso de la India, demostró que las mujeres deben enfrentar muchos problemas culturales para la puesta en marcha de sus negocios, en una sociedad dominada por el género masculino, por lo que el desarrollo de la capacidad empresarial de las mujeres por medio de la educación es la única manera de propiciar el cambio social, cultural y político necesario. En Colombia, un referente en la región latinoamericana en temas de emprendimiento, el artículo de Serrano, Montoya Luz y Puentes (2017) destaca la educación como principal herramienta para el emprendimiento femenino y caracteriza un modelo de formación empresarial para mujeres cabeza de familia en temas de emprendimiento, asociacionismo y planes de negocio.

En lo que se refiere a la capacidad de las microempresas para expandirse y crecer de tamaño, la situación es también de desventaja en el caso del emprendimiento femenino. McCormick (2011) y Stevenson (2005) señalan que las empresas propiedad de mujeres son más pequeñas, menos propensas a crecer, menos rentables y comienzan con menos inversión de capital que las que poseen los hombres. McCormick (2011) atribuye tres factores a esas diferencias; menor nivel de educación, reducción de la capacidad de ahorro y reducción del tiempo disponible para gastar en los negocios debido a la doble función que se espera que desempeñen en el trabajo y en el hogar como madres. Estos tres factores juegan un papel fundamental en el argumento de

un mayor apoyo a las mujeres empresarias mediante el desarrollo de competencias y la capacitación. Sin embargo, tanto los factores ambientales no empresariales, como sus actitudes hacia las empresas y sus características empresariales, pueden estar inhibiendo el crecimiento de las empresas propiedad de mujeres (Brush, Carter, Gatewood, Greene, & Hart, 2006)

Por todo lo dicho, en el presente proyecto de investigación se aborda el emprendimiento desde cuatro dimensiones: el individuo (las características de las emprendedoras), la organización (modelo de negocio), el proceso previo (los antecedentes para iniciar el negocio) y, finalmente, el entorno (los factores del medio) (Gartner, 1985 en Amorós & Pizarro, 2006).

2.4 Educación para el emprendimiento

La revisión bibliográfica revela que el factor más importante para gestar un emprendimiento es su protagonista, el emprendedor, el capital humano emprendedor. El capital humano está regulado, fundamentalmente, por la cultura y la educación. El reconocer que el papel empresarial puede ser cultural y por experiencia adquirida (Bannock, 1981), da indirectamente apoyo a la opinión de que también podría estar influenciada por las intervenciones en educación y formación (Gibb, 1987).

Para Hisrich y Peters (1998) las habilidades requeridas en el emprendedor deben ser:

- Habilidades técnicas: orales y escritas de comunicación, conocimiento de las peculiaridades propias del sector del negocio y de la organización, habilidades de gestión del negocio: planificación, decisiones de mercado, comercialización e innovación.
- Habilidades personales del emprendedor: control interno, creatividad y capacidad para tomar riesgos.

De todas las anteriores, la creatividad como base de la innovación se reconoce como una competencia altamente valorada en las economías de mercado (Olivos, Alvarez, & Díaz, 2013). Por tanto, el éxito empresarial, en general,

parece estar estrechamente relacionado con las motivaciones, habilidades y actitudes del empresario (Henry, Hill, & Leitch, 2005).

En este sentido, el informe *Entrepreneurship in Vocational Education and Training* (European Commission: Enterprise and Industry, 2009) y (World Bank Group, 2013), establece que los resultados de la educación para el emprendimiento se deben materializar en cuatro dominios:

- El primero, en el refuerzo de la mentalidad empresarial que supone mejoras en las habilidades socio-emocionales (confianza en sí mismo, liderazgo, creatividad, propensión al riesgo, motivación, capacidad de recuperación, autoeficacia).
- El segundo, la mejora en la capacidad técnica, referida a la adquisición de competencias, conocimiento y habilidades técnicas relacionadas con la gestión de la iniciativa empresarial (contabilidad, marketing, conocimiento técnico, entre otros).
- El tercer dominio es la mejora en la gestión empresarial y se refiere al estado temporal de ser beneficiario de un programa, medido a través de las actividades empresariales (iniciar su propio negocio, el logro de un mayor ingreso).
- Por último, el cuarto es la generación del rendimiento económico del emprendimiento (mayores ganancias, aumento de las ventas, incremento de la tasa de supervivencia).

A pesar de que el conocimiento, las habilidades y las actitudes son características fundamentales que los empresarios deben mejorar mediante la educación, en la formación reglada los conocimientos se tratan a fondo y de forma analítica; pero las habilidades reciben una atención incompleta y son más difíciles de impartir en estos sistemas y las actitudes apenas se abordan (Garavan & O'Cinneide, 1994) (Gibb, 2002).

En otras palabras, cuando se evalúan las alternativas para formar a los emprendedores del futuro existen dos opciones. La tradicional (Bygrave & Zacharakis, 2009), contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores. La segunda alternativa es crear

generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña, van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo del ser humano (Varela & Bedoya, 2006) y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano (Castillo, 1999).

Desde el punto de vista metodológico también cabe reconocer dos modelos educativos. Algunos programas son de perfil más teórico mientras que otras son de aplicación práctica a expensas del desarrollo conceptual. Estos tienden a enfatizar los problemas de planificación o el desarrollo de conductas específicas (Raven, 1983) y a formar en habilidades tales como influir en los demás, coordinar y contratar el empleo de factores de producción, tomar decisiones, tomar riesgos calculados, ser creativos, etc. (Ibrahim y Soufani, 2002); (Hansemark, 1998)

En síntesis, los objetivos más comúnmente citados en la educación y la formación para emprendedores se centran en garantizar el crecimiento y el desarrollo del negocio (Garavan & O'Connell, 1994) a través de la adquisición de conocimientos y habilidades pertinentes para la iniciativa empresarial; el uso de técnicas, el análisis de situaciones de negocios y la formulación de planes de acción. Además, la formación debe proporcionar conocimientos específicos relacionados con el desarrollo de la gestión y el crecimiento, como el desarrollo de productos, las acciones de marketing, el control contable, etc. Por último, también debe permitir identificar y estimular el dinamismo empresarial, el talento y las actitudes hacia el espíritu empresarial y el cambio. Pues bien, esta multiplicidad de objetivos plantea problemas significativos en relación con el diseño, contenido y objetivos de la intervención formativa (Gibb, 1987). En esta dirección, los programas de formación empresarial han sido criticados por no tratar realmente las necesidades reales de los empresarios (Jennings & Hawley, 1996).

Con base en lo anterior, se podría argumentar que tener en cuenta las necesidades de los participantes debe ser un factor importante en el desarrollo de un específico programa de formación con el fin de aumentar su eficacia. De hecho, a menudo hay una brecha entre las percepciones de los proveedores de formación y la de los empresarios receptores en términos de necesidades de

formación. Entre los empresarios, las necesidades de formación también se ven influidas por la etapa que están viviendo en el desarrollo de sus negocios. Diferentes necesidades de formación son identificados durante la puesta en marcha, el desarrollo y el crecimiento del negocio (Henry, Hill, & Leitch, 2005).

También es importante tener en cuenta el papel que debe desempeñar el formador en el acompañamiento de los emprendimientos. Por ejemplo, a partir de los planteamientos de (Fantova, 1995) se ha evaluado en el caso español el papel que deben cumplir los agentes externos en las diferentes fases de los emprendimientos sociales:

- Primera: deben dar respuesta a las necesidades de capacitación y formación de los emprendedores, permitiéndoles construir su idea de negocio y generando un sentido de autonomía.
- Segunda: deben guiar en la búsqueda de información y de mercados; en el descubrimiento de alternativas de financiación o su facilitación.
- Tercera: cuando se inicia el emprendimiento, deben ayudar a poner en marcha la empresa y colaborar con los emprendedores en tareas específicas: gestión, ventas, trámites administrativos y legales.
- Cuarta: avanzado el emprendimiento (dos o tres años), el formador debe pasar a ser interventor y cambiar su papel al de asesor y consejero, para contribuir a dar respuesta autónoma a las problemáticas del desarrollo del negocio.
- Quinta: en la etapa última de la intervención (a los cuatro o cinco años) suele sobrevenir una situación de crisis (generalmente por descontrol ante el éxito o el manejo inadecuado de las finanzas). Por eso el interventor debe asumir el papel de consejero para ayudar a administrar el crecimiento y contribuir a producir cambios en el rumbo del emprendimiento.

Sin embargo, como Arboleda y Zabala (2011) sostienen, las intervenciones son generalmente coyunturales y no obedecen a planes pre-establecidos sino a políticas presupuestarias. Además, los agentes interventores no tienen una visión clara de su función en cada una de las etapas del negocio, generalmente

asumen roles que no les corresponden y con ello contribuyen al desmoronamiento de los proyectos.

CAPITULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Universo de estudio

El universo considerado para el desarrollo de la presente investigación está representado por todos los emprendimientos con iniciativas de puesta en marcha de negocios enfocados al servicio de alimentos para el turismo en la parroquia rural Tachina. Además, se recopila información de los clientes actuales, de las instituciones involucradas y de las autoridades.

3.2. Muestra

Dada la propuesta de investigación, se ha determinado como unidad de análisis a las mujeres emprendedoras de la parroquia rural Tachina, el subgrupo de la población dentro de las mujeres rurales emprendedoras de la provincia de Esmeraldas. La muestra para este grupo es no probabilística o dirigida, porque se ha seleccionado a los participantes reconocidos previamente mediante la técnica de la observación directa, esto es lo que se denomina muestreo intencional, que constituye una estrategia no probabilística válida para la recolección de muestras pequeñas y específicas (Alaminos Chica & Castejón Costa, 2006)

Para una visión global del servicio, se ha considerado como fuente de información para el estudio a los clientes de los emprendimientos de alimentos rurales. Para el caso de los clientes, la muestra es probabilística y la selección de elementos muestrales se realizó mediante muestras aleatorias simples. Para el cálculo del número de encuestas se trabajó con la fórmula probabilística para población finita $n = \frac{N * Z^2 * p * (1-p)}{(N-1) * e^2 + Z * p * (1-p)}$, con un 95% de nivel de confianza, con un total de 272.

Figura 8: Ubicación geográfica de la muestra



Fuente: Imagen levantada a partir de Google Maps

3.3. Métodos

La investigación tiene dos fases: una primera fase descriptiva en la que se aborda el objeto de estudio a partir de los datos obtenidos en el trabajo de campo, que se llevó a cabo tanto en la fase de inventario y diagnóstico como para la puesta en marcha del plan de capacitación. Al ser descriptiva, partimos de la recolección de los datos por medio de una descripción de comportamientos y actividades identificadas para su posterior interpretación. La recolección de datos es el proceso de vincular conceptos abstractos mediante un plan organizado para poder clasificar los datos disponibles en función del concepto que el investigador tiene en mente. (Bernal Torres, 2006)

La segunda fase es tanto propositiva como aplicada, en la medida en que aportamos un plan de capacitación y la implementación del mismo durante un periodo de tiempo.

En su conjunto, el método que se utiliza para la presente investigación es el deductivo pues partimos de un problema en concreto para así llegar a conclusiones y generar soluciones pertinentes para el estudio. "El método

deductivo es un método de razonamiento que consiste en tomar decisiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal Torres, 2006)

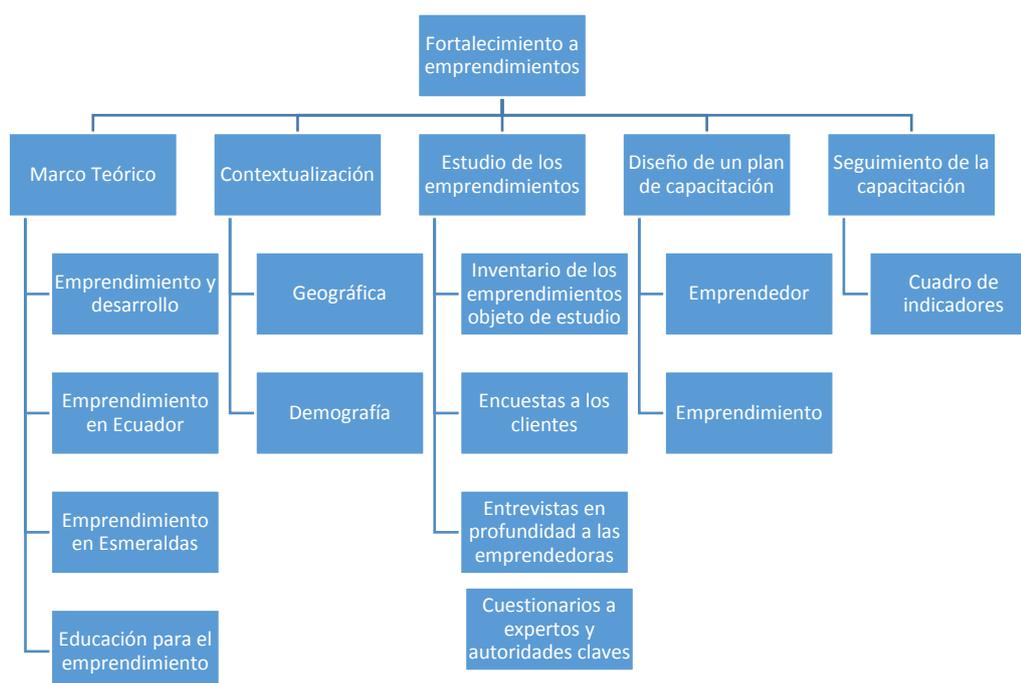
En este caso se parte con lo que se encuentra establecido de manera universal y de las prácticas generales desarrolladas en el servicio de alimentos para posteriormente compararlos con cada uno de los aspectos o actividades concretas en este caso, tanto prácticas como mecanismos de operación y atención manifestados por los emprendedores.

3.4. Fases de la metodología

Las diferentes fases metodológicas del trabajo son las siguientes:

1. Análisis del marco teórico
2. Contextualización territorial: las características sociales, económicas y geográficas de la provincia de Esmeraldas
3. Inventario de los establecimiento objeto de estudio
4. Encuesta a los clientes
5. Entrevistas en profundidad a las emprendedoras
6. Diseño de un plan de capacitación
7. Seguimiento de la implantación del plan de capacitación

Figura 9: Esquema de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

3.5. Técnicas aplicadas

Las técnicas cualitativas aplicadas habitualmente en el área empresarial pueden clasificarse en tres modalidades; técnicas directas, técnicas indirectas y técnicas de observación (Sarabia, 2013). Para el caso de esta tesis, se han aplicado técnicas directas donde no se ha ocultado el objetivo de estudio a las mujeres emprendedoras a través de una entrevista en profundidad semiestructurada, encuesta a mujeres rurales emprendedoras, encuesta a clientes, reuniones de grupo con autoridades locales y expertos del área contable, administrativa, diseño gráfico y turismo, equipo que contribuyó con la capacitación y el seguimiento.

La técnica indirecta aplicada fue la observación directa cuantitativa, para cuantificar el número de emprendimientos y la cualitativa para analizar el comportamiento tanto de oferentes como demandantes.

3.6. Instrumentos para recogida de información

Los instrumentos para la recolección de datos que se utilizaron para la investigación fueron un inventario de los emprendimientos, donde se obtuvo un listado preliminar, mediante una ficha de observación, posteriormente se aplicó una encuesta y finalmente se desarrolló una entrevista en profundidad con cada una de las mujeres rurales emprendedoras.

Por otro lado, se aplicó un cuestionario a expertos y autoridades, se realizaron las capacitaciones siguiendo un plan de capacitación diseñado previamente y se realizó el seguimiento de la puesta en práctica de las capacitaciones en 5 emprendimientos.

3.6.1. Fichas de observación de los establecimientos objeto de estudio

Se han levantado 21 fichas de observación (ver anexo 7) de los emprendimientos de mujeres rurales que se dedicaban a la venta de alimentos en el sector de Tachina en el año 2015. Para ello, además de la observación directa, se llevó a cabo una entrevista en profundidad con cada una de las emprendedoras. La información obtenida se refiere a:

- a. Datos generales del emprendimiento: ubicación, nombre de la emprendedora, tiempo de actividad, nombre del emprendimiento, dirección y accesibilidad.
- b. Descripción general del emprendimiento: relaciones entre los actores, apoyos y sinergias; productos o servicios que ofrece; objetivos del emprendimiento.
- c. Comercialización: promoción y publicidad (medio de difusión, página web, ofertas).
- d. Operaciones, gestión y organización: identificación de la organización, empleos directos e indirectos, principales problemas, número de miembros de la comunidad que participan en el emprendimiento y nivel de formación.

3.6.2. Cuestionario para mujeres emprendedoras

De igual forma para obtener características comunes de las mujeres rurales emprendedoras se aplicó una encuesta, en donde el cuestionario (ver anexo 4) contenía datos demográficos como género, edad, estado civil, nivel de educación; y datos sobre el emprendimiento como si el establecimiento posee o no un nombre, qué producto vende, en qué año inició su negocio, si cuenta o no con los permisos para funcionar, el número de trabajadores, el nivel de ventas promedio mensuales, días de mayores ventas, capacitaciones recibidas, la motivación para emprender, los problemas del emprendimiento, necesidades de capacitación para la emprendedora y para su personal y características de las capacitaciones.

3.6.3. Cuestionario para clientes

Para conocer la percepción de los clientes respecto a los emprendimientos y su nivel de satisfacción con el servicio y el producto se elaboró otro cuestionario. Aplicado a 196 clientes (ver anexo 5). Este se inicia con los datos demográficos del encuestado como género, edad, estado civil, nivel de educación y lugar de procedencia. Luego el cuestionario solicitaba el número de acompañantes, la frecuencia y días de compra, la preferencia del lugar de consumo y los productos que se consumen. Finalmente, empleando la escala de Likert, con una puntuación de 1 a 5, se solicitó una calificación del grado de satisfacción de los clientes, utilizando 14 preguntas del modelo SERVQUAL (Ha & Jang, 2010).

3.6.4. Acompañamiento empresarial

Se observó el mecanismo de operación de los emprendimientos, de manera individual, para determinar las igualdades y desigualdades de los mismos.

Realizado con el manejo de fichas de observación en varias visitas durante varios días a la semana e incluyendo los fines de semana entre octubre 2016 y febrero de 2017. Se desarrollaron 6 aspectos a analizar (ver anexo 11) Normas

de higiene, ganancia de la actividad económica, promoción del emprendimiento, controles administrativos y control de clientes.

3.7. Aplicación de instrumentos

La aplicación de los instrumentos se ha realizado desde noviembre de 2015 hasta enero 2017 donde se ha evaluado algunos indicadores de seguimiento.

Se visitó permanentemente la parroquia, realizando visitas en terreno a las mujeres emprendedoras en donde se aplicaron las encuestas y se desarrollaron las fichas.

En relación a las autoridades y expertos se convino con ellos las fechas más apropiadas para las reuniones, y se aplicaron las entrevistas en forma personal.

3.8. Colaboración especial

Es necesario destacar la colaboración especial de varios estudiantes de las carreras de Administración y Contabilidad y del Máster en Administración de Empresas de la PUCESE, en la etapa de recolección de la información, Tatiana Cañola, Jennifer Rodríguez, Jennifer Quiñonez y Karen Burbano, así como los compañeros docentes de la PUCESE, Tahimí Achilie, Alexandra Márquez y Freddy Betancourt, quienes colaboraron en calidad de expertos para el diseño de la formación de las mujeres rurales. Finalmente, también es necesario destacar la colaboración mostrada por estudiantes en la realización del seguimiento personalizado a los emprendimientos escogidos. Para el diseño de la imagen de los microemprendimientos se trabajó con la escuela de diseño gráfico de la PUCESE con el apoyo de Ladys Vásquez y Sabrina Marcillo.

Capítulo 4: SITUACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS

4.1 Contextualización de la parroquia rural de Tachina

Como se mencionó en el apartado de Metodología, la investigación se ha centrado en la parroquia rural de Tachina, perteneciente al cantón Esmeraldas, en la provincia de Esmeraldas, ubicada en Ecuador

Históricamente Tachina estaba conformada por varias haciendas pertenecientes a los familiares del militar, político y revolucionario liberal ecuatoriano Carlos Concha Torres, tierras que, luego de aproximadamente tres años (1913-1915) de sanguinarias luchas, período denominado “Guerra de Concha”, pasaron a ser embargadas por el estado. Tachina fue elevada a parroquia el 29 de enero de 1940, inició su vida institucional como Junta Parroquial con la primera elección del año 1999 y sus primeras autoridades entraron en funciones en el año 2000 (GAD Parroquial Tachina, 2017).

Tradicionalmente, la principal vocación productiva del territorio ha sido la agricultura con producción de “tagua, café, cacao, árboles frutales y pasto para el ganado” (GAD Parroquial Tachina, 2009). De hecho, hasta los años setenta, aproximadamente, los habitantes de Tachina se dedicaban principalmente a la agricultura, ganadería y pesca. Existían familias dueñas de grandes extensiones de tierra que les representaba abundancia y sustento diario. Con el tiempo muchas de estas tierras disminuyeron su producción ganadera y agrícola, en muchos casos por procesos de esquilmación, deforestación y toma de tierras a la fuerza. En la actualidad, en algunos casos, los dueños de haciendas han optado por lotizar y vender, en otros casos se mantienen construcciones de viviendas ilegítimas “sin escritura” en los barrios y recintos (Caicedo, 2016).

Un elemento fundamental en la estructura territorial y económica de la parroquia de Tachina es el río Esmeraldas. Este ha sido usado de manera

secular como medio de transporte fluvial y de comercialización de todo tipo de productos del medio. De hecho, hay que destacar el papel que desempeñaba el río como vía de comunicación ya que al conectar el centro de la ciudad con los cantones y parroquias de la zona norte, permitía que desde estas áreas se transportara productos agrarios para la venta en la ciudad. Esto se debía a que no existían carreteras, por lo tanto era la canoa el medio de movilización y los habitantes se veían en la necesidad de transportar en estas canoas sus productos para comercializarlos (Bravo, 2016)

Luego se construyó el puente sobre el río Esmeraldas en la parroquia de San Mateo, parroquia contigua a Tachina, dando un nuevo auge al transporte, expandiendo la movilización y comercialización de los productos provenientes de la zona norte de la ciudad y provocando, a la vez, la disminución del uso de canoas para este fin. (Delgado, 2016).

Actualmente, con la construcción del nuevo puente sobre el río Esmeraldas en la parroquia Tachina se ha generado nuevas oportunidades de desarrollo para esta parroquia, debido a que la ciudad de Esmeraldas ha quedado a tan sólo cinco minutos en tiempo de recorrido, lo que hasta el año 2012 significaban 45 minutos.

Además del nuevo puente, otra de las principales facilidades logísticas de la parroquia es el Aeropuerto General Enrique Rivadeneira, creado el 25 de marzo de 1940, de gran importancia para la provincia de Esmeraldas. En el año 2014 se construyó una nueva terminal aeroportuaria cambiando el nombre a Aeropuerto Coronel Carlos Concha Torres.

El territorio actual de la parroquia, está conformado por la cabecera parroquial que corresponde a la parte más consolidada de la parroquia, incluye el centro y los barrios 21 de Noviembre, Los Vencedores, 28 de Agosto, Las Colinas, Bellavista, Poza Honda, y Los Tufiños, aledaños al centro de la cabecera parroquial; posee una topografía plana que atraviesa la parroquia, existencia de servicios básicos y de infraestructura y equipamiento en un gran porcentaje; existencia de trazado vial en regular estado con asfaltado, lastre y adoquinado; concentración en la cabecera parroquial de los servicios públicos de salud, educación, infocentro y otros. (GAD Parroquial Tachina, 2014).

4.1.1 Características socio- demográficas de la parroquia rural de Tachina

Según los datos del INEC (2010) el total de habitantes de la parroquia Tachina es de 3.983, distribuidos geográficamente en los 6 recintos. Un 67% de la población vive en la cabecera parroquial, otro 15% en Las Piedras, 6% en los recintos de El Tigre y Tábule respectivamente, un 5% en Achilube y un 1% en Curunde. La población ha crecido un 26,9% en el último periodo intercensal (en el censo de 2001 tenía 3.140 habitantes).

La falta de datos a escala de parroquia hace muy difícil una caracterización sociodemográfica de su población. Por este motivo, gran parte de la información que sigue se basa en un estudio socio-económico en el que ha participado la doctoranda aplicando una encuesta (n=365). En dicho estudio se empleó como instrumento de recogida de información un cuestionario de 23 preguntas inspiradas en el cuestionario empleado en el CENSO, priorizando aquellas preguntas que atañen únicamente al diagnóstico socio económico. La aplicación del cuestionario fue del 17 al 21 de octubre de 2016.

Según el diagnóstico socio económico elaborado de la parroquia (Capurro, 2017), el 44% de la población se autodefine mestiza, el 19% como mulata, el 18% como población negra y el 12% como afroecuatoriana. Esta población se caracteriza por una estructura por edades conformada en un 64.12% por población de menos de 30 años y por una ligera sobrepresencia femenina

El 51% de la población adulta dijo convivir en unión libre, el 16% están casados y un 20% permanece soltera (ver tabla 1). La mayor parte de la población, incluso aquella que se declaró como soltera, tiene hijos. La mayoría declara tener entre uno y cuatro hijos, pero no faltan casos de adultos que afirmaron tener hasta once hijos. Este cruce de datos se destaca por las características sociales de la zona por la que generalmente es la madre la que carga con sus hijos, sin haber legalizado su estado civil. En concordancia con esto, los hogares verticales son frecuentes, por lo que las tasas de dependencia se estiman previsiblemente elevadas. Todo esto nos da idea de una estructura demográfica joven, en la que la maternidad se aprecia como un elemento irrenunciable y connatural al estado adulto y del modelo social de Tachina, en el que la mujer en edad productiva es el elemento articulador del

hogar. En síntesis, este panorama sociodemográfico es reflejo de la existencia de una sociedad pobre.

Tabla 1: Número de hijos y Estado civil (en %)

Hijos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Ningún	Total
Casados	1	3	4	1	2	1	0	1	1	1	0	0	16
Separados	2	2	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	9
Solteros	4	2	1	2	1	0	1	1	0	0	0	8	20
Unidos	8	14	9	9	2	2	2	1	0	0	0	5	51
Viudos	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	4
Total	15	20	17	16	5	4	2	4	2	1	1	14	100

Fuente: Capurro (2017)

Respecto a los servicios de inclusión social, las facilidades para la atención a la salud, se componen de un sub-centro rural de salud, ubicado al ingreso del recinto de El Tigre que da cobertura a los habitantes de los cinco recintos y los barrios de la parroquia de Tachina, según nuestro reconocimiento sobre el terreno. Se halló también en el barrio Miraflores un establecimiento de ayuda misionera sin fines de lucro, el dispensario médico “San José” de las Hermanas Franciscanas, y cuatro consultorios de atención particular distribuidos por la parroquia. Para problemas de salud complejos los habitantes deben trasladarse a la ciudad de Esmeraldas en donde se puede disponer del único hospital de la Seguridad Social de la provincia y del hospital público general “Delfina Torres de Concha.

Mediante la observación directa también se encontraron 11 establecimientos educativos, cinco de ellos en la cabecera parroquial⁶, que ofrecen educación

⁶ El Centro Educativo Mixto “Pedro Cornelio Drouet”, El Colegio Técnico Agropecuario “Tachina”, La Unidad Educativa “San Francisco De Asís”, El Jardín Fiscal Mixto “Los Gregoritos”, El Instituto De Educación Especial “Marianita De Jesús”. En Achilube, Escuela Granada Cortés. En El Recinto Las Piedras La Escuela Fiscal Mixta “Teodoro Morán Valverde”

primaria, secundaria y profesional. Un tercio de ellos son fiscomisionales (concertados).

El nivel de instrucción de la población no es alto. El 5% de la población no tiene ningún tipo de instrucción, el 28% apenas ha concluido la educación primaria, el 33% ha cursado la secundaria, el 23% ha concluido el bachillerato, y el 10% afirma tener educación superior (Capurro, 2017), pero en la actualidad la gran mayoría de los niños están escolarizados, al menos en la etapa de educación primaria.

4.1.2 Descripción de aspectos económicos de la parroquia

Para la descripción de los aspectos económicos de la población se ha empleado los conceptos manejados en Ecuador por el Instituto de Estadísticas y Censos, aunque la mayor parte de los datos están basados en el estudio muestral de las características socio-económicas en el que participó la doctoranda.

De acuerdo a la terminología empleada por el Instituto de Estadísticas y Censos, las características de la Población en Edad de Trabajar (PET), comprende a todas las personas de 15 años y más. Las características de la Población Económicamente Activa (PEA) está conformada por las personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban en disponibles para trabajar y buscan empleo(desempleados) (INEC, 2016) categorías estadísticas difíciles de emplear en un contexto como el de Tachina donde la informalidad económica tiene tanta importancia.

Y Detrás De La Escuela El Jardín Fiscal Mixto Rosario Mora De Arroyo. En El Recinto El Tigre La Escuela Fiscal Mixta “José Joaquín Montufar”. En El Recinto Tabule, La Escuela Fiscal Mixta “José Jijón Saavedra”, El Jardín Fiscal Mixto “Emérita Quiñónez Díaz”.

Tabla 2: PEA Total, PEA Ocupada e Índice De Dependencia

Indicador	Habitantes	%
Población Económicamente Activa	1304,00	42,91
Población Económicamente Activa Ocupada	1162,00	38,24
Población Económicamente Activa Dependiente	573,00	18,85
Total	3039,00	100,00

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Tachina 2014-2019

Tabla 3: Población por rama de actividad

	Hombre	Mujer	Total general
<i>Ninguna</i>	9%	42%	51%
<i>Agricultura, ganadería y silvicultura</i>	9%	7%	16%
<i>Micro-emprendimientos</i>	6%	8%	14%
<i>Actividades de Alojamiento</i>	2%	5%	8%
<i>Comercio al por mayor/menor</i>	1%	2%	3%
<i>Construcción</i>	2%	0%	2%
<i>Transporte</i>	1%	1%	2%
<i>Enseñanza</i>	1%	1%	2%
<i>Actividades de atención a la salud</i>	0%	1%	1%
<i>Actividades de los hogar</i>	0%	1%	1%
Total general	32%	68%	100%

Fuente: Capurro (2017)

La mencionada investigación (Capurro, 2017), determinó que las actividades con más relevancia encontrada en la parroquia son la agricultura, ganadería y pesca, con un 16% de los que trabajan, seguido de los casos de micro-empresarios con el 14% y del subsector de alojamiento, con un 8% de los que trabajan. En la agricultura, ganadería, silvicultura y en la construcción existe una participación más activa de los hombres, para el resto de las actividades las mujeres muestran el porcentaje más alto.

Tabla 4: Población por rama de actividad y ubicación dentro de la parroquia

	Pesca	Agricultura y Ganadería	Micro-empresario	Salud Docencia Transporte Otros	No trabaja	Total
Cabecera Parroquial	1%	2%	11%	15%	36%	65%
Las Piedras	5%	2%	1%	3%	6%	16%
Tabule	0%	1%	0%	1%	5%	7%
El Tigre	0%	4%	0%	0%	2%	6%
Achilube	0%	1%	2%	0%	1%	5%
Curunde	0%	0%	0%	0%	1%	1%
Total	6%	9%	14%	19%	51%	100%

Fuente: Capurro (2017)

El 65% de la actividad comercial se encuentra concentrada en la cabecera parroquial, predominando los micro-empresarios, con el 12%, en su mayoría ubicado en la vía principal, en el área de estudio. La incidencia de la agricultura, ganadería y silvicultura, se muestra en los recintos de El Tigre (4%), Las Piedras (6%) y Tabule (1%).

En cuanto al acceso a la Seguridad Social, en Ecuador para las zonas rurales existe el Seguro Campesino. Del citado diagnóstico (Capurro, 2017), el 70% de

la población de la parroquia no aporta a la Seguridad Social, solo el 17% está afiliado al Seguro Campesino, porcentaje en el que el 10% son mujeres y el 7% son hombres, un 8% mantiene un seguro privado y apenas un 2% ha optado por el aporte voluntario a la mencionada Seguridad Social. En cuanto a la población de jubilados se encontró que solo el 1% de la población goza de este beneficio. Por tanto estamos ante una sociedad con una devaluada presencia de las garantías sociales vinculadas al trabajo.

4.1.3 Evolución del espacio edificado y principales intervenciones infraestructurales realizadas

El crecimiento del espacio edificado en la parroquia de Tachina ha sido elevado en los últimos años, tanto en el entorno de la cabecera parroquial, sus barrios y recintos. De la observación directa realizada entre el año 2015 y 2017, se ha puesto en evidencia, en concreto, el nivel de crecimiento de la parroquia, a lo largo de la calle Rioverde, esto es, la vía principal desde el redondel hasta el mercado municipal. Paralelo a este crecimiento también ha aumentado el número de emprendimientos de venta de alimentos de 21 a 25.

Fuera de estos asentamientos, también se registra una importante lotización del suelo agrario, sobre todo en el recinto de El Tigre. Aquí encontramos cuatro proyectos de vivienda, entre ellos, la urbanización de la Fundación Amiga, con casas construidas por estrenar y la urbanización Balcones de Tachina, con un 70% de ejecución y muchas casas recientemente habitadas. También en esta zona está prevista la construcción del nuevo campus de la PUCESE.

En paralelo a este crecimiento del tejido edificado gracias a la iniciativa privada, la inversión pública ha crecido en los últimos años, centrándose en la mejora de las infraestructuras de transporte y comunicación (aeropuerto general, carreteras) y de abastecimiento de agua potable por parte del Gobierno Central y en la creación de equipamientos (malecón de la ribera del Río Esmeraldas, remodelación del parque central de la parroquia por parte del GAD Parroquial). Entre la infraestructura que se encuentra en la parroquia para el fomento productivo se puede identificar:

- Puerto Artesanal de Pesca 21 de noviembre y recinto Las Piedras
- Aeropuerto Internacional General Carlos Concha Torres
- Carreteras E-15
- Paradas para buses de transporte Costeñita, Pacífico y River Tabiazo
- Subestación de Energía y telecomunicaciones
- Mercado de Víveres Tachina
- Malecón de Tachina

4.2 Perfil de las mujeres rurales emprendedoras

Como se ha descrito en puntos anteriores, la población de estudio la compone 21 microempendedoras cuyos negocios están ubicados en la vía a Rioverde, en la parroquia rural Tachina, en Ecuador.

Desde el punto de vista demográfico, aparecen mujeres adultas de todas las edades, pero predominan los grupos etarios entre 31 y 64 años. Las adultas jóvenes están subrepresentadas, debido a que suelen optar por otros trabajos de menor responsabilidad (ver tabla 5). Se ha apreciado que en algunos casos hay relaciones familiares, paternofiliares o de hermandad, entre varias emprendedoras, que realizan el mismo producto pero lo comercializan a través de emprendimientos diferentes.

El estado civil es una variable importante teniendo presente el contexto social de la parroquia. La mayoría declara estar solteras, aunque declaran tener cargas familiares. Un 20% viven en unión libre, el mismo porcentaje que las casadas. Con ello, la muestra de emprendedoras representa de modo adecuado el comportamiento que en este sentido se registra en la parroquia.

Respecto al grado de instrucción, la mayoría, 15, acabaron la educación secundaria y las de mayor edad solo llegaron a concluir la instrucción primaria.

Tabla 5: Características sociodemográficas de la población de estudio

Variable	Frecuencia	Variación
Edad		
18-30 años	2	0.10
31-40 años	6	0.29
41-50 años	7	0.33
51-64 años	5	0.24
65-más	1	0.04
Estado civil		
Soltero/a	10	0.47
Casado/a	4	0.19
Divorciado	2	0.10
Viudo/a	1	0.05
Unión libre	4	0.19
Nivel de Educación		
Primaria	5	0.24
Secundaria	15	0.71
Superior	1	0.05

Fuente: Encuesta a Micro emprendedoras. Elaboración propia.

Un emprendedor se define según sus motivaciones. Al indagar en las razones de las mujeres analizadas, 17 de las 21 aseguraron que no tuvieron otra alternativa de empleo, tres se motivaron por el nivel de ingresos y una no llegó a posicionarse al respecto. Esto sumado a la opinión de alguna, que menciona que es la forma de mantener a su familia y de ayudar a sus hijos para los gastos de la educación (Velasco E. B., 2016), nos da idea de que estamos ante un microemprendimiento por necesidad.

Tabla 6: Motivación para el emprendimiento

Motivación	Nº	%
No tuvo otra alternativa de empleo	17	0.81
Los ingresos del negocio son mejores que trabajos anteriores	3	0.14
Otros	1	0.05

Fuente: Encuesta a Micro emprendedoras

Es importante definir el perfil humano de estas mujeres emprendedoras, más allá de una estadística. Son personas valerosas que luchan por subsistir ellas y

sus familias, y que, venciendo sus miedos, se enfrentaron al reto de emprender (ver anexo 9).

Una historia, el caso de la propietaria del emprendimiento tortillas “Doña Ya” la Sra. Yeni Yaqueline Velazco Alcívar, nos da idea de esto. Tenía 53 años de edad en el momento de la entrevista, con 4 hijos a su cargo. Luego de que su esposo falleciera, vio la necesidad de trabajar, ya que él era quien laboraba, ella era ama de casa y cuidaba de sus hijos. Confiesa haber iniciado las ventas enviando a sus hijos a la calle a ofrecer las tortillas de choclo que preparaba, hasta que venció el miedo y se decidió a abrir las puertas de su casa y vender en el portal, montando por primera vez su emprendimiento. Para el financiamiento inicial recurrió a “los prestamistas colombianos” (Velasco Y. , 2016).

Doña Evelyn Álvaro, del emprendimiento “Punto Azul” es parte de este perfil humano emprendedor. Madre soltera con una hija pequeña, acompaña a su madre a vender todas las tardes en el portal de su casa picaditas de carne, de pollo, maduros y choclos. El negocio lo inició hace aproximadamente 12 años su madre, uno de los negocios más antiguos del sector. De este emprendimiento viven seis personas. (Álvaro, 2016)

De este modo, cada emprendimiento guarda una historia no menos importante que se ha recogido para conocer a fondo sus realidades y las razones de la precariedad de sus ofertas gastronómicas, todas nacidas de la necesidad y la pobreza.

Uno de los problemas que dicen haber afrontado las emprendedoras, es que no ha contado de forma continua con apoyo en forma de cursos o programas de capacitación que le permitieran mejorar sus actividades.

4.3 Diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos

Como se analizó ampliamente en el marco teórico, la primera etapa a desarrollar para implementar programas de apoyo al emprendimiento, es realizar un estudio para detectar las necesidades de entrenamiento. Esta es

una de las etapas más complejas de este proceso, cuyo objetivo es investigar cuáles son las necesidades reales y prioritarias a satisfacer, traduciéndolas en conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes que deberán ser adoptadas, desarrolladas o modificadas para mejorar la calidad del trabajo y la prestación integral del personal. Esta detección implica realizar un diagnóstico de las carencias reales del emprendedor para contrarrestar esas debilidades y cumplir eficientemente una función o tarea. (Revilla Delgado, Acosta Campos, & Marval Galvis, 2009)

Luego de analizar algunas de las características de las mujeres rurales, es necesario conocer en profundidad la situación en que se encuentran los emprendimientos.

Lo primero que hay que mencionar es que son negocios informales, hasta tal punto que 12 de los 21 emprendimientos no tienen tan siquiera un nombre y, de los nueve que dijeron tenerlo, solo cinco contaban con rotulación para su identificación.

Tabla 7: Descripción de los emprendimientos de estudio

Nº	Nombre emprendimiento/ propietaria	Características	Fecha de inicio	Nº participantes en el emprendimiento	Productos que ofrecen
1	Alison Bone	Emprendimiento informal, problemas económicos	2014	3	Corviches Jugos Colas
2	Mileidy Benites	Emprendimiento informal, problemas de financiamiento	2014	2	Pescado frito Jugos Colas
3	Dalia De la Cruz/ Comedor Steven	Emprendimiento informal, mantenerse en el mercado y perseverar	1998	2	Bolones de verde Café Jugos Colas

4	Elsa Cangá	Emprendimiento informal, problemas económicos	2014	2	Arroz con menestra y carne asada Choclo asado con queso Maduro Asado
5	Gladys Navarrete	Emprendimiento informal, problemas de financiamiento	2014	1	Tortillas de yuca Yapingachos Café Té Jugos
6	Gotti Rua Bone	Emprendimiento informal, problemas económicos	2013	1	Maduro asado con queso Choclo con queso
7	Erika Velasco/ Picaditas Doña Peri	Emprendimiento informal, problemas económicos	2010	2	Picaditas de carne y pollo Maduro asado con queso Choclo con queso Colas Jugos
8	Yaqueline Velasco	Emprendimiento informal, problemas económicos	2012	4	Tortillas de choclo Té Café Colas
9	Jesús Espín	Emprendimiento informal, problemas la competencia	2012	2	Tortillas de choclo Choclo asado con queso Maduro asado con queso

						Colas
						Jugos
10	Suliana Rúa Bone	Thomasa	Emprendimiento informal, problemas de financiamiento	2010	2	Maduro asado con queso Choclo asado
11	Mariceli García	Velasco	Emprendimiento informal, problemas económicos	2013	1	Tortillas de choclo Té Café Colas
12	Rebeca Dueñas	Velasco	Emprendimiento informal, problemas económicos	2010	5	Tortillas de choclo Maduro asado con queso Té Café
13	Diógenes Rezabala/Pescado asado La Sazón de Kelly		Emprendimiento informal, problemas económicos, nivel de formación secundaria	2013	3	Pescado asado Arroz y menestra Colas Jugos
14	Ruth Ramírez/ Las Hamacas		Emprendimiento informal, problemas económicos	2013	3	Desayunos Almuerzos Meriendas Jugos Colas
15	Seida Bone Torres		Emprendimiento informal, problemas de competencia	2002	3	Pescado frito Colas Jugos
16	Susana Vera/ Simi	Con	Emprendimiento informal, problemas financieros	2013	3	Almuerzos Meriendas

						Colas
						Jugos
17	Teófila Girón		Emprendimiento informal, problemas financieros	2013	3	Tortillas de choclo Café Té
18	Anita García	Velasco	Emprendimiento informal, problemas financieros	1995	3	Empanadas de Verde
19	Verusca Velasco		Emprendimiento informal, problemas financieros	2010	1	Picaditas de carne y pollo Maduro Asado Corviches
20	Yani Morales Frito "Divino Niño"	Obando /Pescado	Emprendimiento informal, problemas económicos	2000	5	Pescado frito Tapado de pescado Jugos Colas Comida típica y criolla
21	Evelyn Álvaro Punto Azul	Yulisa Velazco/	Emprendimiento informal, problemas financieros	2004	3	Pinchos de carne, pollo Alitas de pollo asadas Choclo asado Maduro asado

Fuente: Encuesta a Micro emprendedoras. Elaboración propia.

La oferta de productos se concentra en la preparación de maduros asados, tortillas de choclo, choclos asados, pescado frito o asado, que requieren de poca inversión. En general, son preparaciones basadas en los productos agropecuarios y de la pesca del medio. Por ello sus principales proveedores son productores agropecuarios de la zona que les entregan maduro y queso que pueden pagar en tres días, como lo ha señalado "Doña Yaqueline", una de

las emprendedoras entrevistadas (Velasco Y. , 2016). La pesca viene del recinto Las Piedras cercano a la cabecera parroquial.

Una característica interesante de los emprendimientos es que se ubican mayoritariamente (16) en los portales de las casas de las emprendedoras. Como se expresó anteriormente, Tachina es un territorio rural, que antes albergaba haciendas. Con el crecimiento de la población, muchas de estas haciendas han sido tomadas por posesión de modo ilegítimo, por lo que algunos de los negocios no cuentan con papeles de propiedad, a pesar de que en ellos se sitúen también las modestas viviendas que ocupan las emprendedoras. Del resto de situaciones, una es un espacio alquilado y cuatro son ambulantes.

Tabla 8: Características de los locales

CARACTERÍSTICA	FRECUENCIA	VARIACIÓN
Tiene nombre el emprendimiento		
Si	9	0.43
No	12	0.57
Propiedad de local		
Propio	16	0.76
Alquilado	1	0.05
Ambulante	4	0.19

Fuente: Encuesta a Micro emprendedoras

Las cuatro vendedoras ambulantes son el claro ejemplo de este tipo de venta comercial, tan extendida en Tachina, La venta ambulante está muy poco regulada en las zonas rurales y supone un añadido en la dificultad y el riesgo que tiene que asumir la emprendedora, ya que tiene que trasladar diariamente todos sus implementos para realizar las ventas. Al entrevistar al presidente de la Junta Parroquial ha manifestado que en el futuro se trasladarán al parque central de la parroquia, pero aún no se han dado pasos al respecto (Montalvo, 2016).

Otra variable que se considera de interés estudiar es el tiempo de actividad de los emprendimientos. Para los rangos del tiempo de actividad se usó la

metodología GEM, que diferencia los establecimientos nacientes con un periodo de vigencia menor a un año, los nuevos de menos de tres años y medio y los establecidos, que son aquellos que se han mantenido por un periodo más largo. A la fecha de levantamiento de esta información, octubre 2015, los emprendimientos de menos de un año son tres. Nueve emprendimientos tienen hasta 3.5 años y otros nueve siguen en la zona después de 5 años tras su inicio, llegando en algún caso hasta los 20 años. En general, 11 de los 21 emprendimientos fueron generados posteriormente a la construcción de los puentes sobre el río Esmeraldas, un requerimiento de la población por más de 30 años y de la puesta en marcha del malecón de Tachina, dos intervenciones que ha impactado directamente en un incremento de ventas debido a que han supuesto una mayor afluencia de vehículos y turistas por la zona; siendo esta la más importante oportunidad de mercado.

Sin embargo, también se presentan negocios con una existencia de más de 16 años y pese a este dato se evidencia la falta de desarrollo y crecimiento de estos, representando una de las más grandes debilidades de los negocios del sector, la escasa perspectiva de mejora.

Tabla 9: Tiempo de actividad de los emprendimientos

Tiempo	Frecuencia	Variación
Menor a 1 año	3	0.14
Entre 1 a 3.5 años	9	0.43
Entre 5 a 20 años	9	0.43

Fuente: Encuesta a Micro emprendedoras. Elaboración propia.

Los negocios no disponen del espacio necesario para la elaboración y venta de los productos, partiendo del hecho que todas las actividades realizadas se desarrollan en las veredas de sus viviendas, generando malestar e inconvenientes en la vía. Los 4 casos de negocios ambulantes afirmaron, que son altos los alquileres motivo por el cual se ven obligadas a llevar a cabo las actividades de forma ambulante, ocupando parte de las calles principales. Los

negocios de reciente creación, por su parte, tienen problemas para conseguir la materia prima con la que trabajan, no tiene un proveedor establecido.

Estas microempresas surgieron producto de la improvisación. No contaron con infraestructura, asesoría u organización adecuada para el inicio de la actividad empresarial.

Tabla 10: Problemas afrontados en el desarrollo de la actividad

Problema	Nº	%
No conoce la leyes que lo amparen	2	0.10
Financieros (acceso a crédito)	10	0.48
No existen cursos que permitan mejorar la actividad que realizan	4	0.19
Otros (alquileres, materia prima)	5	0.23

Fuente: Encuesta a Micro emprendedoras. Elaboración propia.

Los días en los cuales se realiza el mayor número de ventas son los fines de semana, sábado y domingo, que son los días en que se incrementa más la afluencia de personas y vehículos por la vía principal de Tachina cuando se dirigen a los diferentes balnearios de la provincia y aprovechan para hacer una parada en la parroquia de Tachina, descansar y degustar los diferentes productos. El 50% de los establecimientos coinciden que el día de mayor venta es el domingo.

Por tanto, la actividad de los emprendimientos se dirige hacia el turismo local de transeútes que suelen salir con sus familias en fin de semana para dirigirse a descansar a la costa.

Por otra parte, en Ecuador existen 12 feriados distribuidos en los diferentes meses del año (ver tabla 11). Precisamente en estos días es cuando señalan que se da la mayor cantidad de ventas, porque se unen los turistas locales con los nacionales que visitan Esmeraldas.

Tabla 11: Feriados en Ecuador

Meses	Días	Motivo
Enero	01 y 02	Descanso Año Nuevo
Febrero	26-27 y 28	Carnaval
Abril	14	Viernes Santo
Mayo	24	Batalla del Pichicha
Agosto	10	Primer Grito de Independencia
Octubre	9	Independencia de Guayaquil
Noviembre	02 y 03	Fieles Difuntos
Diciembre	25	Navidad

Fuente: (Feriados Ecuador, 2017)

Además, durante los feriados en la parroquia se realizan diferentes actividades con el fin de movilizar a los turistas al malecón y que puedan disfrutar de varias acciones como concursos, juegos y la gastronomía de la zona.

Tabla 12: Festividades Parroquia Tachina

Festividades	Fechas
San Antonio	13 de junio
San Juan	24 de junio
Virgen del Carmen	16 de julio
Virgen de las Mercedes	23-24 Septiembre
San Francisco de Asís	4 de octubre
Virgen de Monserrate	21 de Noviembre
Fiestas de Parroquialización	19 de febrero
Fiesta del Barrio Nuevo Rocafuerte	21 de noviembre
Fiesta del Recinto Las Piedras	12 de Octubre
Fiesta del Recinto Tábule	24 de Mayo
Fiesta del Barrio Vencedores	24 de Diciembre
Fiesta del Barrio Miraflores	25 de Diciembre
Fiesta del Barrio 28 de Agosto	28 de Agosto
Festival Cultural Tradiciones	9 de Agosto

Fuente: (GAD Parroquial Tachina, 2014)

A nivel local existe un calendario de actividades religiosas que movilizan a la población de los recintos y barrios de la parroquia, estas festividades se recogen en la tabla 12.

También durante la semana se mantiene un buen nivel de actividad pero en este caso por parte de la población que realiza movimientos pendulares por motivos de trabajo.

4.3.1 Situación administrativa y organizativa de los emprendimientos

Las tres áreas básicas de análisis para los emprendimientos estudiados serán en adelante la planificación, los recursos humanos y el control interno.

a) Planificación de los emprendimientos

Al entrevistar a las emprendedoras, las 21 coinciden en que no realizan una planificación del negocio. Carecen del conocimiento de técnicas y planes que permitan tener un control del cumplimiento de las actividades, desconociendo de este modo el camino, dirección, propósitos o alcances de los mismos; con la falta evidente de metas, objetivos, misión y visión de sus negocios. Prueba de ello es el tiempo que tienen funcionando y los pocos cambios y avances que se han presentado. Es decir, todas las actividades y el manejo de los emprendimientos son realizadas de forma empírica utilizando como recursos únicos la experiencia que tienen de la actividad en el sector.

b) Recursos humanos

Sobre el empleo de recursos humanos, cuatro emprendedoras trabajan solas, cinco con otra persona, ocho emplean 2 personas y cuatro emplean a tres o más personas. Es necesario aclarar que estos empleos vinculados a los emprendimientos están generalmente ocupados por hijos, hermanos o algún familiar cercano que colabora directa o indirectamente en el emprendimiento y que sus beneficiarios no reciben un salario o las bonificaciones establecidas por la legislación ecuatoriana (décimo tercer y cuarto sueldos, vacaciones y

seguridad social), lo que reciben es una bonificación en función de las ventas del día en que colaboraron. Sólo se encontró dos casos en los que eran personas de fuera de la familia contratada de los alrededores (ver tabla 13). Por tanto, el empleo generado por el emprendimiento es precario.

Tabla 13: Autoempleo y generación de empleo

Generación de empleo		
Autoempleo	4	0.19
+1	5	0.24
+2	8	0.38
+3	1	0.05
+4 o +	3	0.14
Origen personal empleado		
Familiares	19	0.90
Contratados	2	0.10

Fuente: Encuesta a Microemprendedoras. Elaboración propia.

Finalmente, en este punto es necesario señalar que no cuentan con una estructura organizativa establecida que permita a los integrantes del negocio conocer las actividades claras a ser desarrolladas, dando paso de esta manera a un esquema organizativo con una clara confusión en los cargos o tareas y a la falta de entrega o compromiso con el negocio, tanto por los familiares como por las personas contratadas, siendo éste otro de los problemas que afrontan.

c) Control interno administrativo

El sistema de control interno está íntimamente ligado a las decisiones, así se logran criterios de efectividad en las estrategias del emprendimiento. Existe un número muy reducido de emprendimientos que llevan una hoja de registro de las actividades proyectadas y las realizadas en el mes. Este registro es también realizado empíricamente.

Tan solo tres de los negocios estudiados llevan a cabo un control de la materia prima con la que laboran realizando pequeños registros que respaldan estos

movimientos y adquisiciones, sobre todo en aquellos casos en que la compra a los proveedores se realizó a crédito.

Los restantes 18 mencionan que no realizan control interno por falta de tiempo ya que para realizar esto se debe de verificar todo con lo que se está trabajando y a qué actividad se debe dedicar, y solo lo realizan por medio de la observación, sabiendo que frecuentemente existen pérdidas de materiales ocasionando gastos innecesarios. Una de las entrevistadas mencionó que su forma de control de número de unidades producidas es a través de cuantas ollas de tortilla vendió en el día (Velasco Y. , 2016)

4.3.2 Situación financiera

a) Control de ingresos y gastos

El control contable financiero se lleva de forma muy básica ya que varios casos no realizan la constatación física de los gastos en los que han incurrido para realizar sus ventas mensuales, percibiendo que, en su gran mayoría, no se realizan proyecciones de ventas y tampoco se conocen los números exactos de unidades vendidas por cada tipo de producto.

Mencionan los trabajadores que al momento de las ventas ninguno registra los productos que venden porque no existe una persona adecuada solo para realizar ese trabajo. Los momentos que tienen mucha clientela, priorizan la rapidez en la venta para que el cliente no se impaciente, por lo que no se realizan los registros adecuados.

b) Los ingresos percibidos en la actividad desarrollada por los emprendimientos

Según los resultados, seis de los emprendimientos de mujeres rurales analizadas perciben ingresos inferiores al salario básico, 12 manifiestan ingresos mayores, entre 354 a 850 dólares y tres ingresos superiores a 850 dólares. Sin embargo, existe un margen de error en este resultando ya que no

existen registros contables que respalden los datos aportados por los dueños de los negocios.

Tabla 14: Ingresos promedio del negocio

Ingresos en dólares	Nº	%
Menor a 179	1	0.05
Entre 180 a 354 ⁷	5	0.24
Entre 355 a 450	4	0.19
Entre 451 a 650	3	0.14
Entre 651 a 850	5	0.24
Más de 850	3	0.14

Fuente: Encuesta a Microemprendedoras. Elaboración propia.

En ocasiones las ventas que realizan los fines de semana son altas pero no tienen el conocimiento si hay pérdidas o ganancias, por no llevar un registro contable sobre la actividad diaria. La falta de tiempo y la falta de organización hacen que el emprendimiento no evidencie los ingresos de las emprendedoras. Con los ingresos declarados de la tabla 14, muchos de estos emprendimientos se encasillan en la categoría de subsistencia, por lo que requieren mejorar en su planificación y realizar proyecciones adecuadas para superar al menos el salario básico vigente.

4.3.3 Promoción de los emprendimientos

El tema de promoción de los emprendimientos ha sido un tema descuidado por las mujeres, la imagen es una de sus debilidades más notorias. Dieciséis no tiene rotulación, tampoco exhiben los horarios de atención o datos de aforo del establecimiento.

Sólo cinco tienen su rótulo. Las imágenes que muestran no son profesionales y no cuentan con la carta de productos ofrecidos lo que también constituye una debilidad

⁷ Salario básico vigente en el año 2015

4.4. Determinación del nivel de satisfacción de los clientes

La tipología de clientes que acuden a la parroquia Tachina es bastante diversa, según el estudio que hemos realizado por el que se encuestó en el año 2015 a 196 personas que consumieron en alguno de los negocios considerados en el este estudio.

Encontramos clientes de todas las edades, concentrándose mayoritariamente en personas jóvenes, el 24.49%. Se registra un número importante también de clientes de la tercera edad.

Los clientes no suelen asistir solos. En un 75% lo hace acompañados de familiares. La mayoría de los clientes proceden de la ciudad de Esmeraldas (85,71%). El resto proceden de otras provincias (5.36%), otros cantones (5.36%), otros países (1,79%) y del lugar (1,79%).

El 40,91 % de la población estudiada asiste los domingos, con una participación similar entre los días de la semana, siendo el lunes el día que menores ventas se registran.

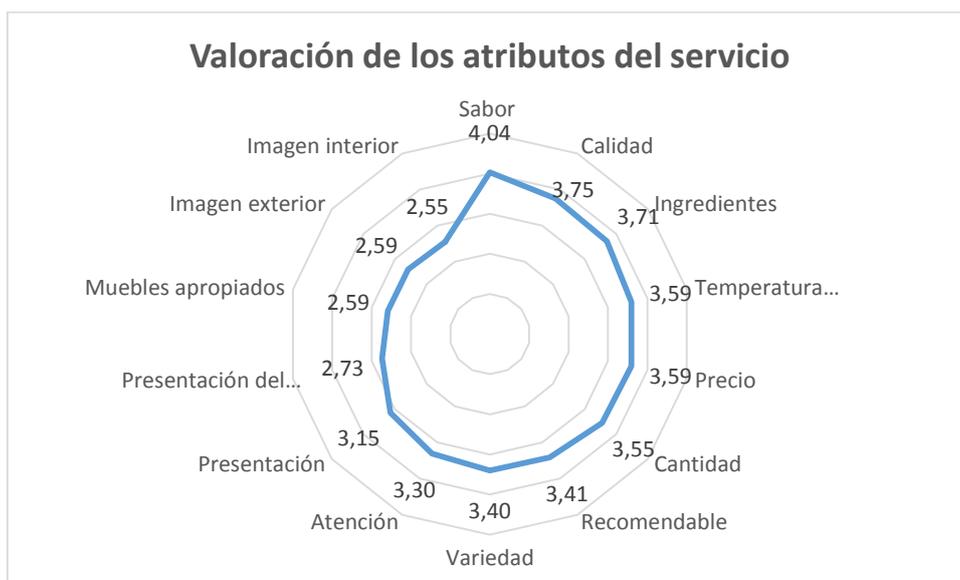
De los 196 encuestados, el 74% son clientes frecuentes que acuden a consumir los productos, principalmente por la variedad; como indican las encuestas, ya que el 68% de los clientes asisten a la zona por esta razón. Un aspecto importante que se evidencia, es que la frecuencia de compra es constante. El cliente satisfecho vuelve y además lleva a cabo publicidad gratuita y positiva con el “boca a boca”.

Los productos más consumidos son; en primer lugar la tortilla de choclo, con el 38.84%, seguido del maduro con queso, con un 17.36%. Estos son los productos que fueron ofrecidos con la aparición de los primeros microemprendimientos en la zona. En la medida en que crecía el número de negocios, ha ido aumentando también la diversidad de la oferta.

Como se explicó en la metodología, empleando la escala de Likert, con una puntuación de 1 a 5, se solicitó una calificación del grado de satisfacción de los clientes, utilizando 14 preguntas del modelo SERVQUAL (Ha & Jang, 2010). Los atributos evaluados fueron sabor, calidad, ingredientes, temperatura

adecuada, precio, cantidad, variedad, atención, presentación de la comida, presentación del personal, mobiliario apropiado, imagen exterior, imagen interior y nivel de recomendación.

Figura 10: Valoración de los atributos del servicio



Fuente: Encuesta a Clientes. Elaboración propia.

El sabor de la comida obtuvo la mejor puntuación de los clientes, con un 4,04, seguido por la calidad del producto con 3,75. Por el contrario, las menores valoraciones se obtuvieron en la imagen interior con 2,55, la imagen exterior con 2,59 y el mobiliario con 2,59. Está claro que el negocio subsiste porque las comidas son buenas pero hay un amplio margen de mejora en la presentación de la comida y el local, la atención y la imagen del negocio.

a) Presentación de alimentos

El 63% de los clientes se encuentran satisfechos con la presentación de los alimentos, sin embargo la diferencia, es decir, el 37% de los encuestados, la califica como mala; debido en gran parte a la falta de empaques adecuados

para llevar los alimentos que no son consumidos en el local y por el hecho de que los alimentos son manipulados por la misma persona que realiza el cobro.

La presentación y el aspecto de los alimentos, en particular el color de los mismos, desempeña un papel esencial a la hora de su aceptación y disfrute. La mirada del producto estimula el deseo de consumirlo, de tal modo que se ha llegado a crear la expresión “comer con los ojos”. Además, es importante que el manipulador de alimentos esté familiarizado con las buenas técnicas para evitar que los alimentos se contaminen antes de llegar al consumidor y que no se desperdicien los insumos, al igual que el tiempo y la inversión.

b) Satisfacción con el mobiliario y la comodidad de las instalaciones

Referente al grado de satisfacción con el mobiliario y la comodidad de las instalaciones del negocio, se pudo determinar que el 51.8% de los compradores indican que casi siempre las instalaciones se encuentran ordenadas. Dentro de este resultado también interviene la insatisfacción en el retraso de la limpieza de las mesas posterior al consumo de cada cliente. Otro punto es que el espacio es reducido, provocando que las mesas, sillas y demás recursos no estén ubicados en el sitio adecuado.

En cuanto a la comodidad en el espacio donde se sirve los alimentos, los clientes indican que no se ofrece un servicio cómodo (83% en los resultados) considerando que muchos de los emprendimientos se encuentran en la vía principal por la cual transitan muchos vehículos pesados lo que causa inseguridad y posible contaminación de los alimentos.

c) Precios de productos

Un punto positivo en la valoración de los clientes son los precios de los productos ya que, en su gran mayoría, el 71.8% de clientes se encuentran satisfechos con los precios que pagan por los productos. Va de la mano con la

variedad de productos que los clientes manifiestan encontrar en el sector rural de Tachina.

Por tanto, está claro que el precio y su relación con la calidad y el sabor, hace que los clientes, pese a las incomodidades e insatisfacciones, estén dispuestos a adquirir los productos, ya que los ofrecen a precios accesibles.

d) Situación de imagen y publicidad

Los indicadores de satisfacción más bajos son la imagen exterior con el 51.8% y la imagen interior con el 51%, con el margen de error tendrían el mismo nivel de insatisfacción.

Los resultados de imagen y publicidad muestran que hay una baja satisfacción con este punto, ya que los clientes consideran que falta una señalización clara y expresiva que ofrezca la información necesaria respecto a los productos que se ofrecen y que esto es algo que genera incomodidad al cliente ya que debe acercarse directamente a preguntar lo que se ofrece.

La imagen se refiere a lo que la empresa proyecta ante el público en general, tiene mucho que ver con las expectativas que tiene el consumidor sobre lo que va a consumir. Por medio de la publicidad, la compañía intenta transmitir la imagen deseada de sus productos y persuadir a la gente para que adquieran lo que vende, ya que representa la comunicación masiva que tiene una empresa con los clientes.

4.5. Análisis FODA de los emprendimientos

El análisis FODA o DAFO o SWOT (en inglés) es una clasificación en fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas siendo una de las técnicas más usadas en la planificación estratégica de una organización (Ansoff, 1965) (Mintzberg & Lampel, 1998) (Glaister & Falshaw, 1999) (Lazzari & Maesschalck, 2002)

Para emprendedores, el FODA es una metodología atractiva tanto por su brevedad como por su precisión. Si bien el análisis FODA se basa en un marco aparentemente simple, su aplicación para el análisis es importante y contribuye como una herramienta estratégica para el estudio de las condiciones económicas, además de categorizar las variables de un entorno.

El ambiente externo o macro entorno de la organización está integrado por componentes o segmentos que no son controlados por la administración, el cual está integrado por los siguientes entornos: entorno demográfico, económico, legal, socio-cultural, tecnológico y entorno ambiental (Marilyn, Helms , & Rodriguez Lisandro de los Rios, 2011)

El análisis interno permite fijar con exactitud las fortalezas y debilidades propias de la organización. Comprende entonces la identificación de la calidad y cantidad de los recursos disponibles así como los recursos y capacidades en la formación de la ventaja competitiva.

Para el caso de esta investigación, el análisis FODA es la herramienta de diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos de servicio de alimentos. Para alimentarlo se trabajó con la información primaria obtenida por la doctoranda

Para realizar la valoración de la matriz FODA (ver tabla 15) es necesario la construcción de las matrices de factores internos (EFI) y matrices de factores externos (EFE).

Tabla 15: Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Reconocimiento de la calidad de los productos y del sector</p> <p>Locales propios</p> <p>Tiempo en el mercado que en su mayoría ha superado la mortalidad empresarial temprana</p> <p>Generadores de empleo para el sector</p> <p>Flujo de venta definido en fines de semana y feriados</p> <p>Bajos precios en los productos</p>	<p>Mercado potencial por el turismo local y regional</p> <p>Actuaciones públicas, inversión en infraestructura en la parroquia</p> <p>Actuaciones privadas, inversión inmobiliaria</p> <p>Organizaciones interesadas en aportar al desarrollo de la parroquia, como la universidad</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Oferta concentrada en pocos productos</p> <p>Negocios genéricos sin identidad visual</p> <p>No acceden a financiamiento formal</p> <p>Negocios sin organización y planificación clara</p> <p>Recursos humanos no cumplen las condiciones laborales según ley</p> <p>Control administrativo y de contabilidad básico</p> <p>No cumplen con aspectos tributarios</p> <p>Falta formación para mejorar el emprendimiento</p>	<p>Presencia creciente de nuevos competidores</p> <p>Dependencia a proveedores de materia prima</p> <p>Entorno político: inestabilidad en regulaciones y controles</p> <p>Entorno económico: bajada de precios del petróleo, recorte de inversiones planificadas en el sector</p> <p>Fenómenos naturales que limitan el turismo</p>

La Matriz FODA propuesta anteriormente, constituye el punto de partida para la formulación de estrategias de mejoramiento de los emprendimientos, realizando un marco analítico y las estrategias a través de la matriz de factores internos EFI y la matriz de factores externos EFE.

Ponce (2006) muestra la metodología, que consiste en:

1. Asignar un peso a cada factor entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante). El peso otorgado a cada factor expresa la importancia relativa del mismo y el total de los pesos en su conjunto debe tener la suma de 1.0.
2. Asignar una calificación entre 1 y 4, en orden de importancia, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como importante
3. Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.
4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto

Tabla 16: Matriz de Evaluación de Factores Internos

	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
	entre 0.0 y 1.0	entre 4 y 1	
FORTALEZAS			
Reconocimiento de la calidad de los productos y del sector	0,25	4	1
Locales propios	0,05	4	0,2
Tiempo en el mercado que en su mayoría ha superado la mortalidad empresarial temprana	0,05	3	0,15
Generadores de empleo para el sector	0,03	4	0,12
Flujo de venta definido en fines de semana y feriados	0,03	3	0,09
Bajos precios en los productos	0,02	3	0,06
Total Fortalezas			1,62
DEBILIDADES			
Oferta concentrada en pocos productos	0,05	1	0,05
Negocios genéricos sin identidad visual	0,05	2	0,1
No acceden a financiamiento formal	0,02	2	0,04
Negocios sin organización y planificación clara	0,15	1	0,15
Recursos humanos no cumplen condiciones laborales de ley	0,1	1	0,1
Control administrativo y de contabilidad básica	0,05	1	0,05
No cumplen con aspectos tributarios	0,05	1	0,05
Falta formación para mejorar el emprendimiento	0,1	1	0,1
Total Debilidades			0,64
Total	1		2,26

Fuente: Adaptado de (Ponce Talancón, 2006) de Fred, (David, 1997)

La suma de matriz anterior suma 2.26. Al considerar la valoración ponderada de las fortalezas, que suman 1.62, y de las debilidades, que suman 0.64,

podemos determinar que las fuerzas internas de estos emprendimientos en su conjunto son más favorables que desfavorables.

Una vez elaboradas las matrices FODA y MFI, existe otra matriz para enriquecer el análisis estratégico. Con el procedimiento metodológico anterior, se trabaja esta vez con las oportunidades y amenazas mediante el siguiente procedimiento:

1. Asignar un peso relativo a cada factor en un rango de cero (irrelevante) a 1.0 (muy importante). El peso manifiesta la importancia relativa que tiene cada factor. Las oportunidades deben tener más peso que las amenazas y la suma de las ponderaciones debe ser 1.0.
2. Valorar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces. El 4 es una respuesta considerada como superior, 3 es una respuesta considerada como superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1, una mala respuesta.
3. Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización analizada.

Tabla 17: Matriz de Evaluación de Factores Externos

FACTOR EXTERNO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
	entre 0.0 y 1.0	de 1 a 4	
OPORTUNIDADES			
Mercado potencial por el turismo local y regional	0,15	3	0,45
Actuaciones públicas, inversión en infraestructura en la parroquia	0,2	4	0,8
Actuaciones privadas, inversión inmobiliaria	0,15	3	0,45
Organizaciones interesadas en aportar al desarrollo de la parroquia, como la universidad	0,1	3	0,3
Total Oportunidades			2
AMENAZAS			
Presencia creciente de nuevos competidores	0,05	2	0,1
Dependencia a proveedores de materia prima	0,1	2	0,2
Entorno político inestabilidad en regulaciones y controles	0,1	1	0,1
Entorno económico, baja de precios del petróleo, recorte de inversiones planificadas en el sector	0,1	1	0,1
Fenómenos naturales que limitan el turismo	0,05	1	0,05
Total Amenazas			0,55
Total			2,55

Fuente: Adaptado de (Ponce Talancón, 2006) de Fred, (David, 1997)

Del análisis de la matriz de factores externos se desprende que las oportunidades son mayores de que las fortalezas, lo que establece que el medio ambiente externo es favorable para los emprendimientos.

Figura 11: Posición estratégica de los emprendimientos

		MATRIZ INTERNA Y EXTERNA		
		FUERTE	PROMEDIO	BAJO
		3,0-4,0	2,0-2,99	1,00-1,99
ALTO	3,0-4,0	I	II	III
MEDIO	2,0-2,99	IV	V	VI
BAJO	1,00-1,99	VII	VIII	IX

CUADRANTES	ESTRATEGIAS
I-II-IV	CRECER Y CONSTRUIR
III-V-VII	CONSERVAR Y MANTENER
VI-IX-VIII	COSECHAR O DESINVETIR

Los resultados muestran que el cuadrante donde se deben ubicar los emprendimientos del sector de Tachina es el V, donde se recomienda como estrategia conservar y mantener. Esto es respaldado con los resultados de la información primaria que indica que son negocios establecidos de más de 3.5 años, que han superado la mortalidad emprendedora temprana.

En la ubicación en este cuadrante se recomienda el desarrollo de mercado y de productos lo mismo que puede ser potenciado mediante el programa de capacitación y con la aplicación de estrategias de crecimiento.

CAPÍTULO 5: APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO A LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

Considerando los datos del análisis interno y externo de los emprendimientos nos planteamos la aplicación de una estrategia para el fortalecimiento de las competencias emprendedoras de las mujeres de Tachina, en coherencia con los objetivos de esta tesis. Como se ha detallado ampliamente en el marco teórico, la formación en emprendimiento no solo considera los componentes técnicos del negocio, sino principalmente a la persona.

Por ello, y dada la práctica profesional de la investigadora en varios proyectos ejecutados en los que se ha vinculado la investigación con el trabajo en la comunidad como en los proyectos “Fomento a la Cultura de Emprendimiento en Jóvenes de la provincia de Esmeraldas 2012-2017” (Benites, 2016)⁸, “Medios de Vida sostenibles para la integración local en Esmeraldas 2012-2016”⁹ y otros con grupos vulnerables¹⁰, se ha decidido el desarrollo de un proyecto integral.

La capacitación aislada en emprendimiento no garantiza la sostenibilidad del pequeño negocio, por lo que para el caso de las mujeres emprendedoras de Tachina se planteó una estrategia de intervención que se hizo bajo el amparo de un convenio entre la Universidad y el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tachina, para la dotación de facilidades.

5.1. Plan de fortalecimiento

La estrategia de intervención se puede resumir en la figura 11. A partir del diagnóstico, se detectaron las necesidades de formación, estableciéndose un plan de fortalecimiento compuesto de varias subfases. La primera incluía

⁸ Proyecto de formación en emprendimiento a jóvenes de bachillerato en Esmeraldas

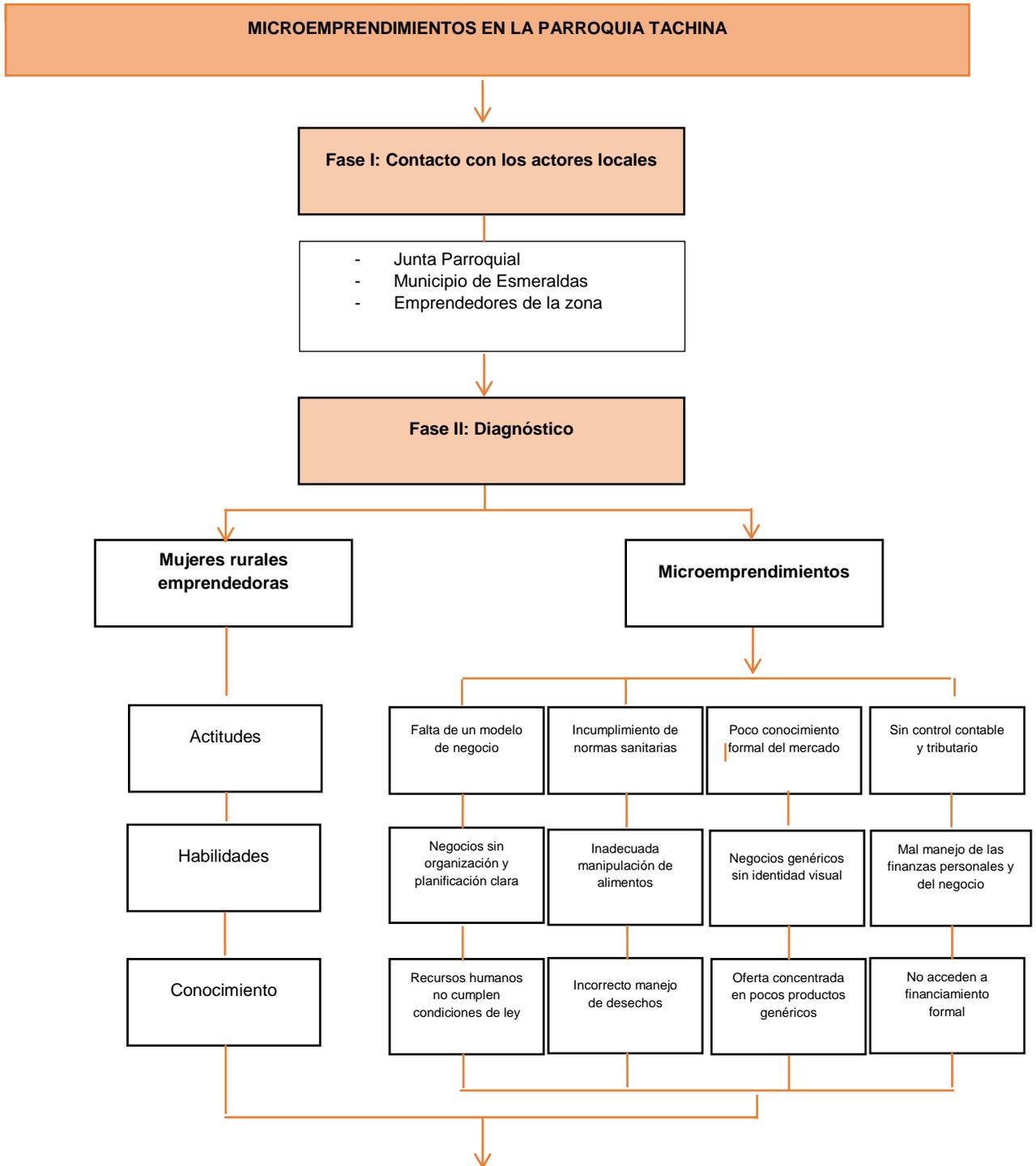
⁹ Trabajo con emprendedores refugiados

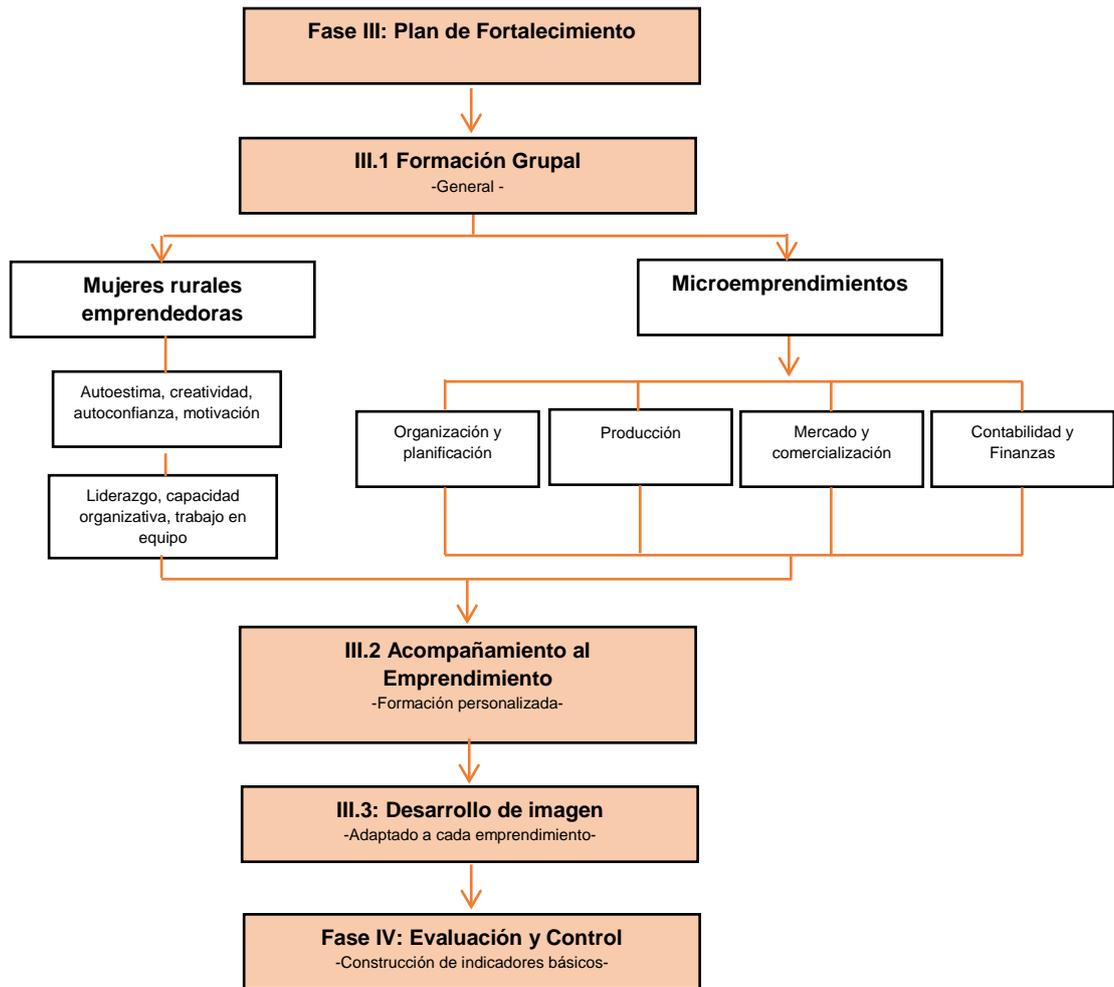
¹⁰ Personas privadas de libertad y emprendimientos en barrios marginales de la ciudad de Esmeraldas

formación general de carácter grupal. En una primera etapa, la formación se dirigió a la mujer emprendedora de manera general, centrándose en temas de autoestima, creatividad, autoconfianza, motivación, liderazgo, capacidad organizativa y trabajo en equipo. La segunda etapa de la formación grupal se orientó a dotar de herramientas técnicas a las emprendedoras para la mejora de sus negocios en temas como organización y planificación de los mismos, producción, mercado y comercialización y contabilidad y finanzas.

Tras esta primera subfase, se inició otra dentro del Plan de Fortalecimiento caracterizado por un apoyo formativo personalizado basado en el acompañamiento empresarial de la gestión del negocio, acompañamiento centrado en el desarrollo de fórmulas administrativas diseñadas a la medida de cada negocio. De modo más específico, se inició una tercera subfase orientada a la mejora de la imagen para la promoción de los microemprendimientos. Esta acción como la anterior se personalizó para cada establecimiento. Una vez concluido el Plan se inició una fase de evaluación y control de todo el proceso (fase IV). Todo el proceso conllevó la participación de docentes, especialistas, 30 alumnos universitarios voluntarios y la propia investigadora, que coordinó todo el proceso. Pasamos a continuación a desarrollar de un modo más preciso cada uno de los estadios del Plan de Fortalecimiento.

Figura 12: Plan de Fortalecimiento de Microemprendimientos





Fuente: Elaboración propia.

5.2. Plan de Formación

Con el apoyo de expertos, docentes universitarios en el área financiera, administrativa y turismo y mediante la aplicación del método Delphi¹¹, se desarrolló un programa para el fortalecimiento de las competencias emprendedoras en las mujeres rurales de la parroquia rural Tachina. Inicialmente se les entregó a los expertos un cuestionario por el que valoraron las actitudes, habilidades y conocimientos de las emprendedoras y los contenidos del Plan de Formación.

Tras varias reuniones con los especialistas, se determinó que la fase III del Plan de Fortalecimiento al emprendimiento, se debería componer de un plan de formación dual para mejorar en temas de creatividad, autoestima, autoconfianza y motivación, como principales actitudes. Entre las habilidades prioritarias deberían estar la capacidad organizativa, el liderazgo y el trabajo en equipo. Las capacitaciones para fortalecer conocimientos deberían orientarse a la de gestión de empresas, el marketing, la gestión del personal, la contabilidad y finanzas a nivel básico, la atención al cliente y la producción.

5.2.1. Diagnóstico del Plan de Formación

Tuvimos en cuenta tres aspectos de gran importancia a la hora de definir y estructurar el Plan de Formación. En primer lugar, partimos de la formación que ya tenían las emprendedoras. Con nuestras encuestas, pudimos saber que el 64% ya había recibido alguna vez algún tipo de capacitación; sin embargo, como ninguno de los emprendimientos se había beneficiado de un programa estructurado dirigido a todos sus miembros, consideramos que la formación previa era en general escasa.

El segundo aspecto que tuvimos en cuenta a la hora de definir el Plan de Fortalecimiento fue considerar la viabilidad de orientar la formación a los temas

¹¹ Técnica de comunicación estructurada, para obtener información cualitativa, en base a varias reuniones y con opinión de expertos.

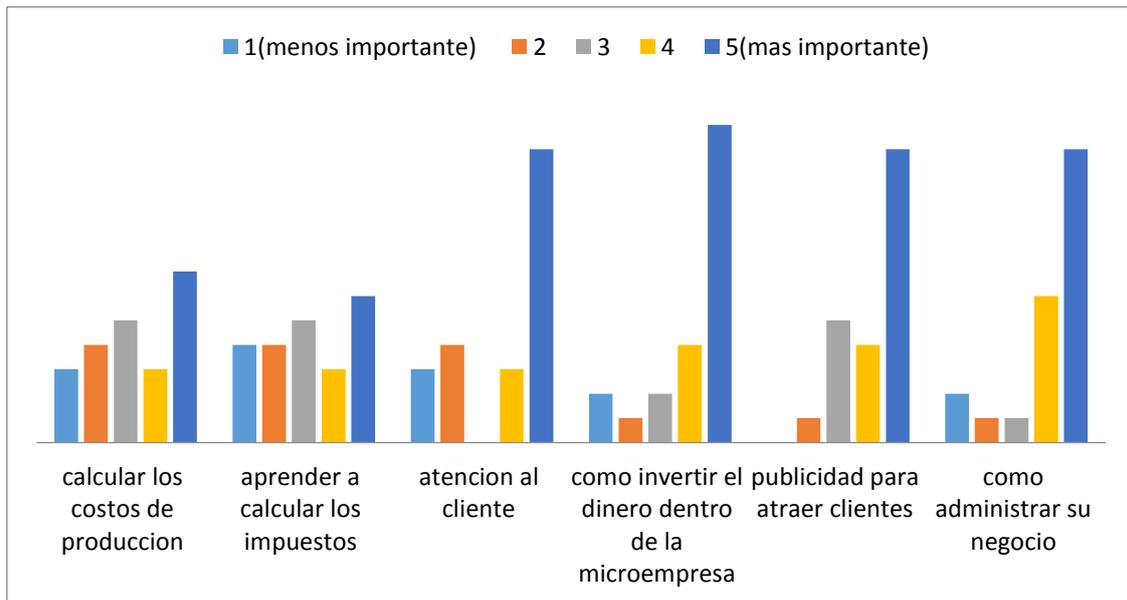
de los que las propias emprendedoras querían recibir capacitación. Ordenados en función del grado de importancia, fueron los siguientes:

1. Inversión del dinero de la microempresa.
2. Administración del negocio.
3. Publicidad para atraer clientes.
4. Atención al cliente.
5. Cálculo de los costos de producción.
6. Cálculo de los impuestos.

En la figura 12 aparecen representadas las opiniones de las emprendedoras en relación con estos seis temas.

Y en tercer lugar, sabíamos la predisposición positiva que tenían las emprendedoras para mejorar su capacitación pero teníamos que estimar el grado de participación real en la puesta en marcha del Plan de Formación. Llegamos a la conclusión de que a más del 90% de los emprendimientos les gustaría participar en un programa de capacitación que les permitiera fortalecer los aspectos antes mencionados.

Figura 13: Necesidades de capacitación



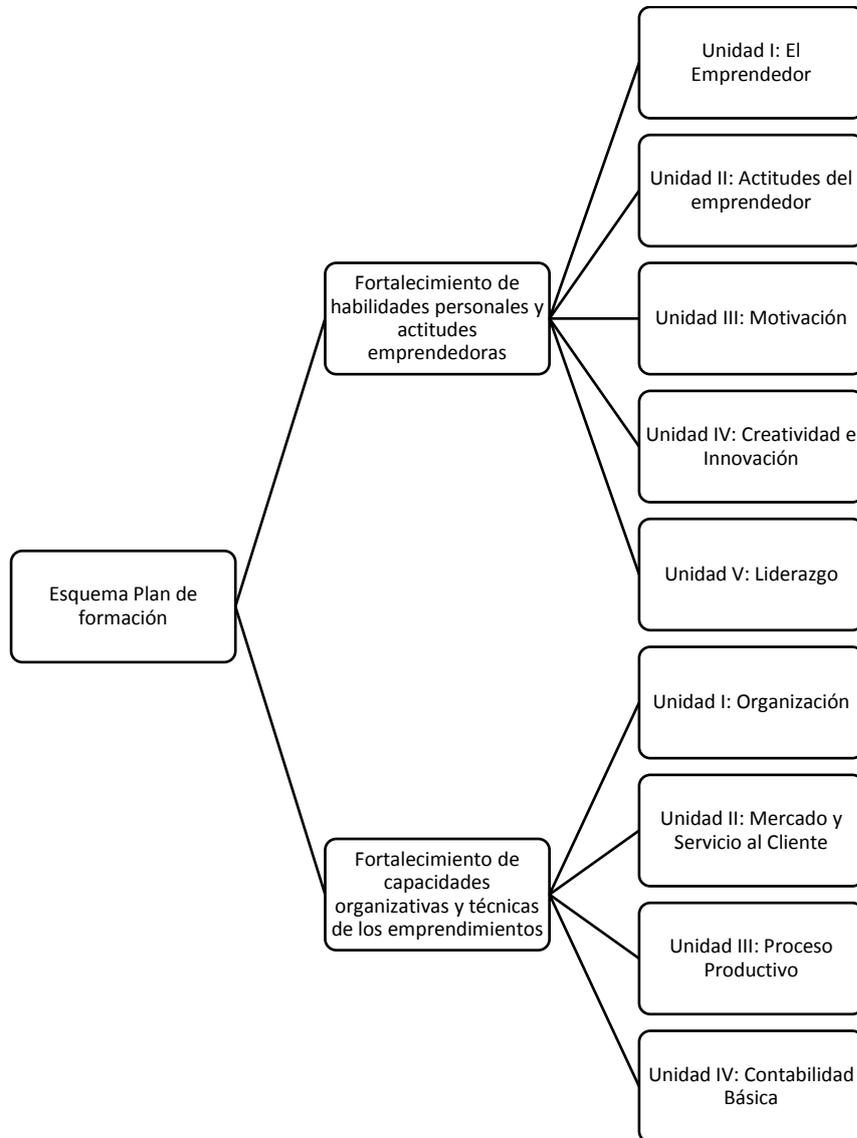
Fuente: Elaboración propia.

5.2.2 Esquema del Plan de Formación

En función de la argumentación teórica y metodológica, la propuesta de formación de esta tesis se compone de dos bloques, uno dirigido a fortalecer las actitudes y habilidades de la emprendedora y el otro enfocado a la mejora de los conocimientos técnicos para el más adecuado manejo de las actividades y organización del emprendimiento.

De la amplia literatura analizada, nos basamos en los aportes conceptuales y metodológicos aportados por (Rodríguez, Fernández, Sbrocca, & Assadri, 2011), (World Bank Group, 2013) (Minniti, 2012) entre otras fuentes, para determinar la composición de la guía de contenidos. En general, la formación se dividió en dos bloques: uno centrado en las actitudes y habilidades de las emprendedoras y el otro en los aspectos técnicos y en los conocimientos que deben tener para manejarse adecuadamente en el negocio.

Figura 14: Esquema del Plan de formación



Fuente: Guía para la formación de Mujeres Emprendedoras, adaptado de (Tacoronte & Medina Brito, 2015)

Como eje transversal de la metodología se consideró la enseñanza programada según las unidades planteadas, pero principalmente la metodología fue práctica utilizando juego de roles donde se interpretaron situaciones de la vida real, dinámicas utilizando juegos de mesa (jengas, monopolio, collage) teniendo como protagonista a la emprendedora y discusiones de grupo en base a conceptos.

a) Fortalecimiento de habilidades personales y actitudes de las emprendedoras

El inicio del proceso de formación de las emprendedoras debía partir del reconocimiento de las características personales de las emprendedoras. La mayor parte de ellas eran mujeres cabeza de familia, que habían sido abandonadas por sus esposos o que habían sufrido algún tipo de separación de sus parejas. Este perfil hacía necesario comenzar la tarea con la mejora de la autoestima y la autoconfianza. Además, dado que estamos en el ámbito del emprendimiento de subsistencia, era también necesario trabajar la formación en motivación y creatividad, como requisitos fundamentales para superar esta etapa en el proceso de emprendimiento. Y, por último, habíamos reconocido con nuestro diagnóstico que era importante que las emprendedoras desarrollaran una mayor capacidad de liderazgo. En función de todo ello, la primera parte del plan de formación tuvo como objetivo general la mejora de habilidades y actitudes de las emprendedoras para avanzar en valorización personal.

Los objetivos específicos de esta primera fase del Plan de Formación fueron:

- Contribuir a la mejora en autoconfianza y autoestima de las emprendedoras.
- Motivar en el planteamiento de metas.
- Estimular la creatividad y concienciar sobre la importancia de la innovación.
- Mejorar en el desarrollo de capacidades de liderazgo de las emprendedoras.

Las competencias a desarrollar y los resultados de aprendizaje se detallan en la tabla 18, donde se plantea un objetivo por cada módulo. Se consideraron seis módulos, incluyendo un primer módulo introductorio y cinco unidades.

Tabla 18: Módulos para el fortalecimiento de habilidades y actitudes de las emprendedoras

Sesión	Módulo	Objetivo	Competencia	Resultado de aprendizaje
1	Módulo introductorio	Reconocer a las participantes	Integración en la comunidad	Participantes integrados y comprometidos con la formación
2	Unidad I: El Emprendedor	El Conocer las características del emprendedor	Autodeterminación como emprendedoras	Plantearse metas personales
3	Unidad II: Actitudes del Emprendedor	Fortalecer las habilidades y actitudes del emprendedor para su valoración personal.	Autoestima y autoconfianza	Fortalecimiento en autoconfianza y autoestima
4	Unidad III: Motivación	Explorar la motivación para emprender	Motivación	Consolidación de la motivación para emprender
5	Unidad IV: Creatividad e innovación	Motivar la creatividad e innovación	Creatividad e innovación	Generación de nuevas ideas para el mejoramiento del negocio
6	Unidad V: Liderazgo	Potenciar el liderazgo y el trabajo en equipo	Liderazgo	Apropiación del liderazgo en su emprendimiento

Fuente: Elaboración propia.

Una vez determinadas las unidades, sus objetivos y competencias, se inició el proceso de planificación académica para su desarrollo, lo que conllevaba decidir el tiempo requerido para cada tema y la metodología de formación. Se consideró que esta primera fase debería tener un total de 16 horas de formación distribuida en cuatro sesiones de cuatro horas cada una. En la tabla 19 se detalla la planificación académica por unidad.

Las sesiones incluían siempre un receso a mitad de jornada y se componían de una parte teórica y otra más participativa que se hacía a través de trabajo individual y en equipo. En cada unidad se hicieron uno o más ejercicios dinámicos y, en el caso de la última unidad, éste fue sustituido por un taller de liderazgo. Tras la cuarta unidad se realizó un cuestionario de autoevaluación.

Tabla 19: Planificación académica

Temas	Duración	Participantes	Forma de trabajo
Módulo introductorio: Presentación	1 HORA		
UNIDAD I : El emprendedor	3 HORAS		
El emprendedor			
Características			
Receso			
Ejercicio dinámico			
UNIDAD II: Actitudes del emprendedor	4 HORAS		
Autoconfianza: que comprende			
Ejercicio dinámico			
Receso			
La autoestima			
Ejercicio dinámico			
UNIDAD III: Motivación	4 HORAS		
Motivación del emprendedor			
Ejercicio dinámico			
Receso			
UNIDAD IV: Creatividad e innovación			
Ejercicio dinámico			
Cuestionario de autoevaluación			
UNIDAD V: Liderazgo	4 HORAS		
Aspectos básicos			
Taller de liderazgo			
Receso			
Ejercicios prácticos			

EMPRENDEDORES/ RESPONSABLES
DEL EMPRENDIMIENTO

INDIVIDUAL Y EN EQUIPOS

Fuente: Elaboración propia.

b) Fortalecimiento de capacidades organizativas y técnicas de los emprendimientos

La segunda etapa del plan de formación se diseñó para que las emprendedoras fortalecieran sus capacidades en el manejo de su negocio de tal forma que maximizaran sus beneficios y mejoraran sus condiciones de trabajo. El diseño del plan para este tipo de capacitaciones y máximo para emprendimientos informales como los que nos ocupan requiere partir de la observación directa de los negocios, del contacto con las emprendedoras y de las otras personas que puedan trabajar en él y de los comentarios de los clientes. Todo esto, que se hizo en el diagnóstico, nos permite determinar los aspectos estratégicos e indispensables que debe incluir el plan de formación que aportan mayor valor añadido o que son más factibles de convertirse en mejoras tangibles en el negocio.

Esta parte del plan se dirige tanto a las propias emprendedoras como a las otras personas que desempeñan algún tipo de labor en el establecimiento, porque se pretende potenciar mediante el acceso a la formación la motivación de cualquier miembro del emprendimiento, al mismo tiempo que hará que la puesta en práctica de los aspectos tratados en el plan puedan ejecutarse con una mayor garantía de éxito.

La formación en esta segunda parte del plan se ha estructurado en cuatro unidades. Se inicia centrándose en la mejora de la estructura organizativa del negocio, de tal modo que las emprendedoras puedan realizar una propuesta administrativa del mismo que les permita organizar una estructura más operativa, asignando adecuadamente roles y funciones a los integrantes del emprendimiento e identificando los ámbitos de responsabilidad de todos sus miembros y las acciones específicas de liderazgo que deben ser acometidas.

Tras esto, la formación se orienta a tomar conciencia de la importancia de conocer el mercado en el que llevan a cabo su actividad. Deben de aprender a poner en valor este conocimiento y su importancia para la adecuada sostenibilidad del negocio y, por ende, para su crecimiento y aprender a

contrastar el trabajo que están realizando, es decir, el producto y el servicio que están ofreciendo, con la satisfacción de sus clientes.

La tercera unidad se centra en los procesos productivos del negocio. Es necesario que las emprendedoras sepan identificar y definir los procesos de producción de forma sencilla. Aunque sus productos se sostienen en procesos bien definidos y cortos en el tiempo, no por ello es menos importante saberlos reconocer adecuadamente porque esto permite un mejor control de los recursos, una identificación previa de costos y gastos incurridos y una previsión más adecuada de resultados.

Por último, el cuarto aspecto básico en el que deben avanzar a través de la formación en relación con el manejo del negocio es en la mejora de la dimensión contable del mismo. La formación se orienta en esta unidad a que sean capaces de llevar a cabo una contabilidad básica en sus negocios, centrada en el mantenimiento de un registro de los ingresos y egresos de acuerdo a un presupuesto previo y en la determinación de valores que puedan ser destinados al ahorro en los mismos para posibles futuras inversiones o cancelación de endeudamiento. A ello se debe sumar una mejora en la gestión de finanzas personales que les permita apreciar las ventajas y desventajas del acceso a créditos de acuerdo a la situación en la que se encuentra el emprendimiento y de su capacidad de pago. Finalmente, también es necesario que progresen en el conocimiento de los aspectos tributarios.

En síntesis, podemos afirmar que el objetivo general de esta segunda parte del plan de capacitación fue la instrucción de los miembros de los emprendimientos para el manejo oportuno de sus negocios, generando progreso y desarrollo en beneficio propio y de sus clientes.

Los objetivos específicos de esta segunda fase fueron:

- Realizar una propuesta administrativa para la organización de roles y funciones.
- Analizar el poder del mercado para el sostenimiento del pequeño negocio.
- Detallar los principales procesos aplicados en el negocio.

- Ampliar los conocimientos de registros de ingresos y gastos para un mejor control del efectivo.

Tabla 20: Fortalecimiento de capacidades a los emprendimientos

Sesión	Módulo	Objetivo	Competencia	Resultado de aprendizaje
1	Unidad I: Organización	Organizar los roles y funciones del emprendimiento	Conocimientos sobre organización	Capacidad para distribuir las funciones del emprendimiento
2	Unidad II: Mercado y servicio al cliente	Determinar la importancia del mercado, como analizarlo y la atención al cliente	Conocimientos sobre el mercado	Capacidad para realizar un sondeo de mercado
3	Unidad III: Proceso Productivo	Definir el proceso productivo del negocio	Conocimientos sobre proceso productivo	Estar en condiciones de detallar el proceso productivo de uno de sus productos
4	Unidad IV: Contabilidad básica	Llevar la contabilidad básica del negocio	Conocimientos básicos contables	Estar en condiciones de realizar un registro contable básico

Fuente: Elaboración propia.

Las competencias a ser desarrolladas se enmarcan en el saber hacer, es decir, se orientan al aprendizaje de herramientas prácticas para el manejo del negocio, de tal modo que este aprendizaje pudiera ser aplicado en cada emprendimiento. La estructura descrita y las competencias se especifican en tabla 20.

El diseño de la formación para esta segunda fase se hizo para 20 horas académicas, distribuidas en cuatro sesiones de seis y cuatro horas. El horario podría cambiar en función del acuerdo de todas las partes. En todas las sesiones se planteó un receso y se combinaban aspectos teóricos con otros prácticos. Se privilegió el trabajo práctico aplicado al emprendimiento a desarrollar de manera individual y el trabajo en equipos para el desarrollo de talleres. Se pretendió que los ejercicios prácticos individuales supusieran el poner en práctica los aspectos teóricos al negocio concreto de cada emprendedora. En ocasiones, tras esto se realizaron talleres que incluían la presentación de trabajos individuales con el fin de contrastar ideas y aprender de los demás o discusiones en grupos. En la tabla 21 se detalla la planificación académica por unidad.

Tabla 21: Planificación académica

Temas	Duración	Participantes	Forma de trabajo
UNIDAD I: Organización y planificación del emprendimiento			
Administración de mi negocio: misión, visión y objetivos.	6 HORAS	Emprendedores	Individual
Ejercicios y dinámica			
Receso			Grupal
Estructura Organizativa			Individual
Diseño de la estructura organizativa: roles y funciones			
Ejercicios prácticos			Equipos de trabajo
Manejo de relaciones laborales			
UNIDAD II: El mercado y atención al cliente			
Socialización de los resultados encuesta satisfacción clientes	4 HORAS	emprendedores	Grupal
Receso			Equipos de trabajo
Atención al cliente			

Importancia de la imagen y el nombre del negocio			Individual
UNIDAD III: Proceso Productivo			
El proceso de producción	4HORAS	emprendedores	Individual
Proceso de producción de cada negocio			
Receso			
Presentación del proceso de producción			
UNIDAD IV : Contabilidad básica para emprendedores			
Control y registro de ventas	6 HORAS		Individual
Control y registros de compras			
Taller práctico			
Gastos de bolsillo			
Registro de cuentas por cobrar			
Receso			
Registro de cuentas por pagar			
Pérdidas y ganancias			

Fuente: Elaboración propia.

5.2.3 Exposición de Contenidos

Fase 1. Ejecución del plan formativo para el fortalecimiento de habilidades y actitudes emprendedoras

Esta fase se empezó con la realización de charlas para motivar a las dueñas de los negocios para que participaran en el proyecto asistiendo a las diferentes sesiones programadas.

a) Módulo introductorio

En este módulo se establecieron las reglas de la formación, se coordinaron los horarios de trabajo, dejando acordado la necesidad de cumplir con las normas de puntualidad, respeto, asistencia regular y participación activa de las emprendedoras. La metodología se basó en la realización de ejercicios dinámicos y la forma de evaluación fue grupal.

b) Unidad I: El emprendedor

Se trabajó las características del emprendedor, como líder que se enfrenta a obstáculos, tiene una motivación para emprender y debe ser innovador y creativo. La metodología fue a través de una dinámica de banderines y pañuelos. La forma de evaluación se hizo por equipos de trabajo.

c) Unidad II: Actitudes del emprendedor

En esta unidad se trabajaron los aspectos psicológicos del emprendedor, donde la autoconfianza y la autoestima son fundamentales para seguir trabajando, asumir riesgos y tomar decisiones. La metodología empleada se basó en el espejo. La forma de evaluación fue individual y grupal.

d) Unidad III: Motivación

En esta unidad nos centramos en potenciar este aspecto de gran importancia porque constituye el motor para el emprendedor. En el caso de las mujeres, éstas habían mencionado que su mayor motivación era su familia por lo que se trabajó a partir de esta clave. La metodología aplicada fue la realización de un

test de motivación, para que ellas mismas auto-determinaran la razón por la que están trabajando. La evaluación fue individual.

e) Unidad IV: Creatividad e innovación en el emprendedor

Estas son dos de las características más importantes del emprendedor de vanguardia, lo que implica proponer ideas diferentes y un proceso de búsqueda constante. La metodología se basó en una lectura compartida de “La culpa es de la Vaca”, la realización de un ejercicio dinámico “Armar el Mundo” y finalmente se hizo un *brainstorming*.

f) Unidad V: Liderazgo

Es la capacidad de influir sobre las personas. En el caso de las mujeres, éstas lideran sus núcleos familiares. Debían de comprender que también eran capaces de liderar en el entorno de su negocio. La metodología aplicada fue “El líder de ciegos”.

Como evaluación de la primera parte se aplicó el cuestionario de autoevaluación respecto a las capacidades y habilidades emprendedoras.

Fase 2. Ejecución del plan formativo para el fortalecimiento de capacidades organizativas y técnicas de las emprendedoras

a) Unidad I. Organización y planificación del emprendimiento

Esta unidad se inició con la realización de diferentes charlas demostrativas en las que se mostraba la experiencia de varias empresas en las que sus propietarios tuvieron que aprender a emprender.

A partir de estas experiencias exitosas, se dio relevancia a la importancia de administrar y organizar adecuadamente el negocio. Se trabajó la importancia de la administración del negocio, se diseñó la planificación estratégica del emprendimiento, se desarrolló la estructura organizativa y legislación laboral vigente para este caso.

Metodología individual para planteamiento de la planificación y validación en plenaria.

b) Unidad II. El mercado y la atención al cliente

En esta unidad se intentaba que las emprendedoras le dieran la importancia que merece el conocimiento del mercado y el desarrollo de un enfoque de mercado en sus negocios. Se pretendía que entendieran que de esto depende el éxito de sus empresas, ya que actualmente las empresas que responden de manera efectiva al mercado, generan ventajas competitivas que les permiten sostenerse de manera exitosa.

La Unidad partió de la exposición y debate en torno a los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción a sus clientes que se había realizado con anterioridad. A partir de esto, se realizó un análisis FODA con el objetivo de valorar si las empresas se encuentran expuestas a incertidumbres y poder prever la mejor manera de actuar en escenarios complicados.

La Unidad también se centró en analizar la importancia del servicio de atención al cliente. Las emprendedoras debían ser conscientes de que este es un aspecto fundamental, porque buena parte de la satisfacción radica en este servicio y esto a su vez incide directamente en la fidelización del cliente y en la captación de otros nuevos a partir de las recomendaciones que aquel pueda hacer. Se mostraron técnicas y habilidades para que los emprendimientos lleven a cabo una buena acogida de los consumidores y se puso en relevancia la importancia de los valores humanos de los que conforman la microempresa.

La metodología se basó en una dinámica de recreación del mundo empresarial por la que se formaron grupos de trabajo en el que cada miembro adoptó un rol propio de alguno de los agentes que interviene en su actividad diaria. De esta manera las emprendedoras deberían entender la importancia del cliente y cómo las empresas dependen de los clientes.

La evaluación se realizó de manera individual puntualizando la aclaración de conceptos básicos sobre el entorno del mercado.

c) Unidad III. El Proceso productivo

Esta unidad se centra en poner en valor la importancia que tiene detallar por escrito todos los procesos y movimientos de producción realizados. Se destacó la importancia del proceso productivo para la toma de decisiones y la reducción de tiempos. La metodología empleada se basó en la realización de un ejercicio por el que se sistematizó el proceso productivo de la Tortilla de Choclo. Esto se realizó mediante trabajo en grupo y luego se compartió en plenaria. La evaluación se centró en el proceso trabajado en el aula.

d) Unidad IV. Contabilidad básica para emprendedores

En esta unidad se detallaron los temas contables: registro y control de las operaciones de ventas, compras y costos, cómo enfrentar las deudas en el corto plazo con proveedores y clientes para poder realizar proyecciones de acuerdo al presupuesto que demande la empresa, elaborar estados de resultados y prever problemas de liquidez en un futuro.

Además también se abordaron aspectos tributarios del emprendimiento, con el desarrollo de explicaciones básicas sobre aspectos tributarios y gestiones en el Servicio de Rentas Internas de Ecuador (SRI), como el impuesto a la renta, el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) entre otros, las obligaciones tributarias que tienen que hacer como microempresarios y las consecuencia de no pagar sus impuestos.

La metodología empleada se basó en una actividad denominada “Separando el Dinero” por la que se trabajó la importancia de separar el dinero del emprendimiento de las finanzas personales. También se realizó un ejercicio complementario denominado “Controlando mis gastos de bolsillo”.

La evaluación se realizó con registros tipo con el propósito de que generasen de manera individual un ejercicio contable.

Durante el proceso de formación se detectaron que algunos temas de gran importancia no habían sido incluidos, ni en la Guía ni en el desarrollo del

proceso formativo, por lo que contemplamos ampliarlo incluyendo tres unidades más sobre higiene y manipulación de alimentos, actualización digital y promoción.

e) Unidad “Higiene y Manipulación de Alimentos”

El objetivo de esta práctica fue que las emprendedoras tuvieran en cuenta que la reputación de la empresa depende de la confianza de los clientes en estos aspectos y darles a conocer la existencia de las regulaciones de seguridad alimentaria que ayudan a los negocios de alimentos a almacenar, preparar y servir los alimentos de manera segura.

Con el apoyo de estudiantes voluntarios de la carrera de Hotelería y Turismo, las emprendedoras pudieron aprender de un modo práctico, primero, sobre la necesidad, importancia y características del uniforme de todo el personal (incluida la emprendedora) que manipula alimentos. En segundo lugar, se desarrollaron presentaciones sobre diferentes formas de picar los alimentos y los utensilios que se debe usar para no contaminar la comida, entre otros temas. En tercer lugar, se procedió a realizar un taller en el que las discentes debían preparar un plato de comida utilizando las técnicas aprendidas y expuestas en las diferentes charlas.

f) Unidad de “Actualización digital”

Se ofrecieron cursos gratuitos para la comunidad de Tachina al que pudieron asistir las alumnas del Plan de Formación con el fin de que pudiera llevar a cabo una formación digital que les permitiera actualizar sus negocios. Específicamente se abordó el manejo de páginas web y redes sociales para hacer conocer sus emprendimientos. En este caso concreto se intentó que comprendieran la importancia de estas formas de comunicación con el cliente y realizaron una planificación de la comunicación digital, tomando en cuenta las fortalezas y debilidades de la empresa para maximizar sus resultados.

g) Unidad “Promoción de los emprendimientos”

Los resultados de la investigación arrojaron que era necesario mejorar la imagen externa del emprendimiento. Lo que se había abordado en la Unidad II no era suficiente y era necesario trabajar de manera más firme en el desarrollo de la imagen de los pequeños negocios de las emprendedoras. Éstas debían tener presente la importancia de que los negocios tuvieran un nombre, una imagen coherente, un logotipo e, incluso, un slogan, ya que esto forma parte de la comunicación con el cliente. La imagen, sobre todo si se pretendía fomentar la presencia en los medios digitales, habla sobre qué es el negocio y qué ofrece, y ayuda a diferenciar el negocio de sus competidores.

La metodología se basó en la realización de una serie de talleres que implicaron poner en contacto a las emprendedoras con estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, de tal manera que se pudiera definir el concepto del emprendimiento y la personalidad y gustos de la emprendedora.

Tras esto, el proceso se completó con el diseño de la marca y guía gastronómica de Tachina.

5.2.4 Ejecución del proceso de formación

La puesta en práctica del proceso de capacitación implicó el desarrollo de una secuencia de acciones, que incluye:

- Reconocimiento de la zona de estudio y elección de emprendimientos. Tras haber sondeado las posibilidades de las propuestas de intervención en el sector, fue elegida la intervención con mujeres que tienen sus negocios en la vía principal. En estos casos se observó una mayor garantía de éxito.
- Se analizó en profundidad la situación de estos emprendimientos y sus necesidades de capacitación, con el fin de ajustar el plan de formación a sus necesidades más específicas.

- Se elaboró una propuesta que se presentó a diferentes miembros de la junta parroquial de Tachina con el propósito de evaluarla y proceder a su ajuste en contenido y metodología. Tras esto se elaboró la Guía para la formación de Mujeres Emprendedoras (ver anexo 8)
- Para poder empezar con la ejecución del proyecto de formación se realizó una convocatoria a nivel de la comunidad, a través de las autoridades de la Junta Parroquial se entregó un oficio circular de invitación y luego con otro miembro de la comunidad se recordaba cada uno de los encuentros. En la invitación se especificaba el proceso de formación que iba a trabajar en beneficio de sus emprendimientos.
- La formación se ejecutó entre noviembre 2015 y junio 2016 y contempló el fortalecimiento de las emprendedoras y de sus emprendimientos en un total de 36 horas académicas, distribuidas en dos fases, como apuntamos en el epígrafe anterior.(ver anexo 11)

Al inicio, se presentaron y establecieron las normas de convivencia durante las sesiones, lo que incluía el cumplimiento del horario, la asistencia regular, la participación activa de los asistentes y el respeto en general a todo el proceso. De igual forma se fijaron como mecanismos de evaluación el trabajo participativo en talleres, diseñados para fortalecer el trabajo en equipo, evaluaciones escritas individuales y la participación activa en las dinámicas preparadas.

Durante la ejecución se empleó la Guía para la formación de Mujeres Emprendedoras en el que se incluían los temas previstos de acuerdo al cronograma de capacitación planteado a las emprendedoras, para luego dar inicio a las capacitaciones con el respectivo seguimiento de los formadores y con la supervisión de la investigadora.

- Tras el proceso de formación en grupo, se inició una fase de acompañamiento a cada emprendimiento, que se programó en 16 horas como promedio para cada uno.

5.3. Acompañamiento al emprendimiento

Una vez acabado el Plan de Formación, se continuó el proceso de fortalecimiento con una actuación de acompañamiento al emprendimiento. Este tipo de intervención que se sustenta en el Coaching¹² propio del entrenamiento deportivo, se ha desarrollado en el ámbito de la formación empresarial como procedimiento para alcanzar competencias profesionales (Correa, 2013) o una gestión más eficaz de la actividad productiva. Se basa en un asesoramiento personalizado para lograr capacitaciones o para maximizar beneficios a partir de una gestión más adecuada de los recursos.

En el caso en que nos centramos, se pretendió que el asesoramiento permitiera mejorar la capacitación de las emprendedoras y mejorar la gestión y la rentabilidad de los emprendimientos. El acompañamiento lo realizó un especialista en formación que contó con el apoyo de otras dos personas para cada emprendimiento y se seleccionaron a cinco emprendedoras de entre las que habían recibido formación previamente. El criterio de selección se basó en el rendimiento que habían tenido en la fase anterior, la implicación que mostraban y las posibilidades de que el coaching alcanzara sus objetivos.

El equipo acompañante evaluó las necesidades de mejora del emprendimiento, estableció metas y rediseñó aquellos procedimientos que consideró no eran los adecuados para el funcionamiento del mismo. De tal forma que, conociendo sus dificultades, se tomaron acciones correctivas para cambiar la situación inicial encontrada.

El acompañamiento se realizó siguiendo el plan que aparece en la tabla 22. En general, implicó dos visitas al mes durante cuatro meses en cada negocio. Cada visita tuvo una duración de 2 horas, sumando en total 16 horas de acompañamiento para cada emprendimiento. El proceso se realizó entre el 08 de marzo y el 28 de abril del 2016.

¹² El Coaching es un proceso personalizado llevado a cabo con un asesor, quien aconsejará, guiará y estimulará para que vaya más allá de las limitaciones que se impone a sí misma y desarrolle su pleno potencial (López, López, & Pérez, 2003)

Tabla 22: Planificación del acompañamiento al emprendimiento

Visita	Objetivo	Competencia	Resultado Esperado
1	Analizar las fortalezas y debilidades	Ser capaz de identificar las condiciones de su negocio	Conocimiento de la situación actual de su negocio
2	Conocer las líneas de acciones que se realizarán	Definir los cambios que son necesarios en el negocio	Comprensión de la necesidad de cambio para el crecimiento del negocio
3	Implementar una administración eficiente por medio de los controles	Tener habilidad de llevar los libros básicos de contabilidad	Situación con controles ordenados
4	Tener controles de higiene en el negocio	Tener el hábito del manejo de desechos sólidos	Mantener limpio el negocio
5	Tener un acercamiento a su mercado potencial	Identificar adecuadamente cuál es su mercado	Conocimiento de las necesidades del mercado
6	Producir mejor	Tener normas de producción más eficientes	Un mejor aprovechamiento del tiempo y de los recursos
7	Construir la nueva imagen del pequeño negocio	Implementar la Marca	Obtención de los productos adecuados a la marca del negocio
8	Tener controles básicos para el pequeño negocio	Saber controlar el crecimiento del negocio	Mantener documentación que sirva para el control del negocio.

Fuente: Elaboración propia.

Se detalla a continuación las principales tareas realizadas en cada uno de los seis emprendimientos escogidos.

a) “EMPANADAS DE VERDE”.

Emprendimiento propiedad de la Sra. Anita, con la participación de las estudiantes Estefanía Flores y Karina Cortes. El principal problema de este emprendimiento era la escasa rentabilidad por el inadecuado control de los recursos. En este caso se determinaron los costos que le representaban a la emprendedora el proceso de producción y se le asesoró sobre cómo costear de una mejor manera su producto. En concreto, se le ayudó en la búsqueda de proveedores alternativos que abastecieran al emprendimiento con materia prima a bajo costo y buena calidad para que permitiera al negocio vender su producto a un mejor precio, adaptarse a imprevistos y obtener una mayor ganancia. Además de esto, en este emprendimiento el asesoramiento se centró también en que se mejorase el registro de los ingresos y gastos para conocer si el negocio generaba utilidad o pérdida.

b) “PUNTO AZUL”.

Emprendimiento propiedad de Evelyn Álvaro con la participación de las estudiantes Andreina Carvajal y Cris Alvarado. En este caso, el diagnóstico centró la actuación en mejorar la atención al cliente, el control de los ingresos y gastos y una gestión adecuada de las compras de materia prima. Se asesoró sobre tácticas que la emprendedora debía poner en marcha para mejorar la satisfacción del cliente y fidelizarlo, sobre todo en relación con el trato directo con éste. Asimismo, el trabajo de coaching se orientó a que la propietaria fuera capaz de racionalizar la compra de sus insumos, comprando o adquiriendo lo que realmente fuera necesario y evitando gastos indebidos y llevando a cabo un inventario de materia prima con el fin de tener clara la situación del almacén. Por último, el asesoramiento atendió el cálculo de precios adecuados para el sostenimiento del negocio, el control administrativo del dinero entrante y saliente del negocio a través del manejo de hojas de cálculo y el registro efectivo para tener en orden la caja.

c) TORTILLAS DE CHOCLO “DOÑA YA”

Emprendimiento, propiedad de Yaqueline Velazco con la participación de las estudiantes Erika Rómulo y María Mero. En este caso se detectaban problemas similares de atención al cliente, control de ingresos y gastos y establecimiento de precios, pero además existían otros relacionados con la oferta de productos y control tributario.

El asesoramiento se orientó a la mejora de la atención al cliente, lo que implicó contactar con varios de los trabajadores del negocio, al registro de los gastos y ganancias por las ventas de sus productos, al control diario de la caja en la medida en que se producían las ventas y al cierre diario de caja. Además de esto, se ayudó para que la actividad diversificara su lista de productos de acuerdo a las características del mercado y a la mejora de la imagen del emprendimiento y de las condiciones de confort del establecimiento para el cliente y se informó sobre las responsabilidades tributarias de la actividad y del modo en que podía cumplir con ellas. En las últimas sesiones se tuvo oportunidad de reforzar diversos temas y ofrecerle recomendaciones para el futuro.

d) “LORELEYS”

Emprendimiento, propiedad de Sugey Velazco, con la participación de las estudiantes de Contabilidad y Auditoría y Hotelería y Turismo, Marilyn Ochoa y Sindy Palacios. En este caso, había que acometer actuaciones de diversificación y mejora de la oferta, mejora de imagen y organización del negocio y de los procesos productivos.

En relación con lo primero, el establecimiento venía vendiendo batidos, tostadas y salchipapas. El asesoramiento motivó que incluyera otros como tortillas y maduros y que innovara en la oferta de sabores de los batidos. También se acometieron medidas de mejora de la organización y funcionalidad del local y en general de la imagen del negocio. Respecto a los procesos productivos, el acompañamiento se centró en asuntos prioritarios como la mejora en seguridad alimentaria, de tal manera que se cumpliera la normativa; la realización de inventarios de productos adquiridos y una más eficiente

organización de trabajo, lo que implicaba un reparto claro de funciones y distribución de responsabilidad y la creación de un mejor ambiente de trabajo. Además de ello, también se asesoró para que se usara un registro contable de ventas.

e) CHOCLO Y MADURO “ASADOS SHANELLY”

Emprendimiento, propiedad de Suliana Rúa Bone con la participación de las estudiantes de Contabilidad y Auditoría, Alejandra Caicedo y Andrea Alcívar. Este es un emprendimiento que no cuenta con local propio ya que es ambulante. Esto motivó que fuera necesario asesorar de modo más adecuado sobre su mercado potencial en función del día de la semana y determinar la competencia directa que tiene. Además se ayudó en el control económico y en la organización de procesos. En concreto, el acompañamiento se centró en el proceso de una estimación realista de precios que permitiera la rentabilidad del negocio y una cierta ventaja competitiva. Además, se ayudó en que se llevara un control de los ingresos y gastos para que se pudiera saber con exactitud la utilidad neta y se facilitó un formato para que la emprendedora pudiera registrar sus ventas diarias. Se asesoró sobre el modo de mantener un inventario de productos y se ofrecieron pautas para una mejor atención al cliente.

f) PICADITAS “DOÑA ERIKA”

Emprendimiento, propiedad de Erika Velazco, con la participación de las estudiantes de Contabilidad y Auditoría Belén Rodríguez y Valeria Chávez. En este caso el asesoramiento se centró en el tema de la imagen, dado que este era uno de los problemas que se detectaron en relación con la competitividad del negocio. Además, se ayudó en otros aspectos como el uso de formatos para el registro de ingresos y gastos o las obligaciones tributarias del negocio, acompañando en el modo por el que se debía cumplir con estas.

5.4 Presupuesto

Un trabajo como el expuesto requiere de una serie de recursos, por lo que se procedió a realizar una valoración presupuestaria en la que se incluyó el coste

de los recursos humanos, que incluía el trabajo de la investigadora, la labor de los docentes que actuaron como expertos en la elaboración de las guías y el trabajo de los estudiantes que visitaron los emprendimientos; los gastos de movilidad y dietas, además de otros gastos fungibles de menor cuantía. También se contemplaron los costos de algunas acciones que no se lograron concluir al terminar el período de investigación como fueron la implementación de los aspectos promocionales en todos los emprendimientos. En total se calculó un presupuesto de \$35.000 dólares americanos, moneda oficial en Ecuador, como se puede apreciar en la tabla 23.

Tabla 23: Presupuesto para la ejecución del plan de fortalecimiento

PRESUPUESTO PROYECTO FORTALECIMIENTO A LOS EMPRENDIMIENTOS DESARROLLADOS POR MUJERES				TOTAL
RECURSOS HUMANOS				\$ 21.480,00
Dirección U. de Emprendimientos	12	Meses	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Asistente del proyecto	12	Meses	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Docente (1 docentes x 6 Escuelas x60 horasx 13,2\$/h)	360	Horas	\$ 13,20	\$ 4.752,00
Estudiante (36 estudiantes x120 horasx2,5\$/h)	4320	Horas	\$ 2,50	\$ 1.728,00
MOVILIZACION Y VIATICOS				\$ 6.408,00
Movilización y viáticos para el Seguimiento a 22 emprendimientos	12	Meses	\$ 534,00	\$ 6.408,00
SERVICIOS BÁSICOS				\$ 150,00
Aporte a la compra de suministros de oficina	3	Meses	\$ 50,00	\$ 150,00
ACTIVIDADES CON LA COMUNIDAD				\$ 5.400,00
Minga con la comunidad (50 personas*\$10)	50	Trabajo social	\$ 10,00	\$ 500,00
Clausura	1	Eventos	\$ 500,00	\$ 500,00
IMPRESIÓN DE IMAGEN GRÁFICA				\$ 1.980,00
Implementación de la imagen gráfica (22 emprendimientos * \$200)	1	Trabajo social	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00
Rotulos (22 emprendimientos x 3 rótulos)	66	Impresiones	\$ 30,00	\$ 1.980,00
Memorias	100	Impresiones	\$ 10,00	\$ 1.000,00
TOTAL PRESUPUESTO				\$ 35.418,00

Fuente: Elaboración propia.

5.5 Promoción de los emprendimientos

Como uno de los atributos mal valorados por los clientes era la imagen de los emprendimientos, se decidió actuar de modo específico en la elaboración de una imagen de marca específica para cada uno de los emprendimientos. Para esta labor fue necesario contar con profesionales y voluntarios estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Sede Esmeraldas. Finalmente, la actuación abarcó sólo a cinco negocios y se tuvo en cuenta la necesidad de vincular las diferentes imágenes corporativas mediante la alusión a Tachina.

5.5.1 Diseño de Marcas

El concepto de imagen corporativa se puede definir como el conjunto de significados que una persona asocia a una organización (Mínguez, 2016). La identidad corporativa es la manifestación física de la marca. En general incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras. Para el caso de los emprendimientos de Tachina, se trabajó la marca, generalizando el soporte en el lugar. Además se estableció el uso de la línea maestra en los rótulos, manteles y uniformes. Las diferentes marcas se pueden apreciar en la figura 15.

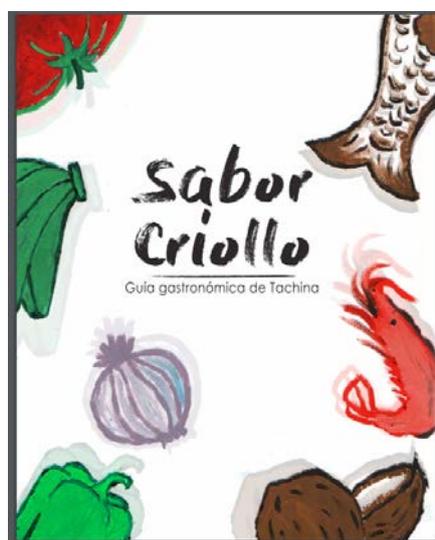
Figura 15: Marcas Corporativas de diferentes emprendimientos de Tachina



5.5.2 Guía Gastronómica

Posteriormente, como un aporte a la comunidad, se desarrolló una Guía Gastronómica (ver anexo 11) en la que se describen los principales platillos preparados en la zona, con una pequeña semblanza de la vida de las emprendedoras que participaron en el proyecto. Esta guía pretendía incidir en la promoción de Tachina como destino de restauración, al mismo tiempo que daba difusión al proyecto realizado.

Figura 16: Guía Gastronómica de Tachina



5.6 Evaluación del plan de fortalecimiento

Como una forma de medir el impacto de la aplicación de la formación y el acompañamiento y determinar si ha provocado la mejora del emprendimiento se escogieron cinco aspectos prioritarios para establecer si el acompañamiento ha propiciado que la emprendedora desarrolle las competencias planteadas inicialmente respecto de las normas de higiene, ganancia de la actividad económica, promoción del producto, controles administrativos y control de clientes (PRODEMU, 2013) (Visoni, 2011).

Para la valoración se realizaron visitas de control por las que se confeccionó un tablero de control, identificando cada emprendimiento con colores, en analogía al Balance Scorecard¹³, en función del nivel de avance del emprendimiento estudiado. Color verde identifica cumplimiento entre 80% y 100%, color amarillo identifica cumplimiento entre 50% y 79% y rojo identifica cumplimiento entre 0% y 49%.

¹³ El Balanced Scorecard (BSC) o Tablero de Control fue desarrollado por Robert Kaplan y David Norton como una forma de visualizar el desempeño de una organización.

Tabla 24: Tablero de control para valoración del plan de fortalecimiento

Aspecto Valorado	Doña Ya	Asados Doña Erika	Loreleys	Punto Azul	Asados Shanely
Normas de Higiene	√	√		√	
Ganancia de la actividad económica	√	√	√	√	√
Promoción del emprendimiento	√	√	√	√	√
Controles administrativos	√	√	√	√	√
Control de clientes	√	√	√	√	√

Fuente: Elaboración propia.

a) Normas de higiene

Se pretendía que los negocios mantuvieran normas mínimas de higiene y tuvieran un compromiso continuo de mejora al respecto. En este aspecto tres negocios muestran mejoría, no se logró cambio en los dos negocios restantes.

b) Ganancia de la actividad económica

En relación con el desarrollo de las utilidades que han generado los emprendimientos, se evidenció que un 35% aumentó sus ganancias; sin embargo no se logró determinar con exactitud porque no se contó con una línea base confiable para el estudio, ya que los datos iniciales fueron producto de las estimaciones de ventas de las emprendedoras.

c) Promoción del emprendimiento

Es este aspecto es necesario destacar que las mujeres han mejorado su imagen y se han habituado a utilizar su nueva marca, sin embargo no han establecido una forma de promoción permanente.

d) Controles administrativos

Uno de los objetivos al diseñar el plan de fortalecimiento era propiciar la mejora de la administración de los pequeños negocios para que sirvan al turismo local. En cada una de las visitas, los voluntarios que apoyaron a cada emprendimiento iban generando compromisos de mejora, actualmente las 5 mujeres afirman haber mejorado la administración del negocio.

e) Control de Clientes

El crecimiento de los pequeños negocios se mide en función del número de clientes. De los registros obtenidos se vio un aumento en el número de clientes que visitan la zona para consumir los productos típicos del sector.

CAPITULO 6: CONCLUSIONES

Hemos podido indicar a lo largo de este estudio que se han sucedido distintas visiones conceptuales sobre el emprendimiento, desde la de la escuela clásica del pensamiento que parte del individuo y su influencia en la comunidad, pasando por Schumpeter que vincula esta actividad a la teoría de la destrucción creativa, hasta Drucker y Stevenson, que discuten acerca del empresario en un escenario de oportunidades.

También vimos que la importancia del emprendimiento en el desarrollo económico ha sido reconocida por las más importantes organizaciones internacionales, que han ejecutado varias iniciativas dirigidas a fomentarlo. En algunos casos se ha evidenciado el descuido de la dimensión social del emprendedor, considerándolo como un objeto de mejora, y se ha enfatizado solo el apoyo al emprendimiento.

Sin mayores aportaciones conceptuales, en América Latina, la discusión se ha centrado en el análisis cuantitativo de la iniciativa emprendedora, como es el caso del GEM, que ha puesto de manifiesto que esta región muestra elevadas tasas de actividad emprendedora temprana. Las estadísticas en esta materia son analizadas por varios autores, siendo el aporte conceptual más relevante, a nuestro juicio, el concepto de emprendimiento dinámico (Kantis, Federico, & Ibarra , 2016)

Respecto al emprendimiento rural, pudimos ver que Wortman (1990) establece diferencias relevantes entre este y el emprendedor urbano. Y, particularmente, en relación con el emprendimiento femenino manifestamos que, según los estudios previos, las tasas de emprendimiento suelen ser menores que las masculinas al mismo tiempo que el emprendimiento femenino casi siempre está enfocado a satisfacer las necesidades de toda la familia.

Vimos que el inicio y la sostenibilidad de la actividad emprendedora están relacionados con la mejora en las acciones dirigidas hacia el emprendimiento en sí, pero también hacia el emprendedor. Y que, en este sentido, la formación y el acompañamiento para la mejora de capacitaciones es un elemento fundamental.

Pues bien, en este marco teórico, esta investigación tuvo como objetivo central el fortalecimiento de competencias emprendedoras a mujeres rurales con negocio que ofrecen servicios de alimentos preparados para el turismo en Tachina, provincia de Esmeraldas, en Ecuador.

Consideramos que la capacitación tenía que partir necesariamente del conocimiento de la realidad territorial y social de Tachina y de las propias mujeres emprendedoras, como única manera de llevar a cabo un plan de fortalecimiento con ciertas garantías de éxito.

La investigación consideró en primer lugar el ecosistema territorial del emprendimiento en Tachina en clave histórica: las oportunidades que el desarrollo de infraestructuras y otras obras públicas están generando para el negocio de restauración dirigido a viajeros en los ámbitos centrales del núcleo; las condiciones generales de desarrollo que quedan patentes en el hecho de que el 71% de la población no tenga seguridad social o que tan sólo el 33% tenga educación secundaria; la feminización demográfica y la precariedad en la estructura del hogar, con el 51% de las mujeres en unión libre, con cargas familiares y niveles de ingresos muy reducidos.

En segundo lugar, se consideró también las características específicas de las propias emprendedoras. Estas, con edades muy diversas, comprendidas entre 31 y 64 años, mayoritariamente habían acabado estudios secundarios pero un grupo importante tenía una formación menor. Se detectó en algunos casos relaciones familiares entre las emprendedoras y la mayoría se declaró solteras con hijos. Como se ha podido apreciar en otros estudios (Buttner & Moore, 1997), en su conjunto la principal motivación para emprender fue la subsistencia, al no tener alternativas de empleo.

En tercer lugar, se tuvo en cuenta las principales características de los negocios. El factor común de los emprendimientos estudiados es que estos se mantienen en la informalidad, con problemas de financiación y con niveles de competencia muy cercanos al ofertar productos sin valor agregado ni diferenciación. La oferta de productos se concentra en alimentos del sector que requieren una baja inversión inicial y los principales proveedores son productores agropecuarios y pesqueros de la zona.

Para evitar el pago de alquiler el negocio se ubica en el portal de las casas de las emprendedoras y algunas son vendedoras ambulantes, sólo en un caso se observó la disponibilidad de un espacio alquilado. Los negocios no llevan demasiado tiempo abiertos y nueve de los 21 emprendimientos tienen menos de 3.5 años, relacionado este hecho con la nueva infraestructura de inversión estatal (puentes sobre el Río Esmeraldas) que ha acercado a la capital provincial con la parroquia, motivando la visita de turistas locales o viajeros de paso.

Como se vio en muchos de los estudios sobre emprendimientos de mujeres (Amorós, Guerra, Pizarro & Poblete (2011) (Singer; Amorós, José & Moska, 2015) en Tachina también se encontraron emprendimientos con problemas de organización y planificación, sin ningún control administrativo, de ingresos y gastos; sin una fiscalidad convenientemente atendida y sin una estrategia de promoción que conlleve que el negocio tenga una identidad visual. No suelen cumplir con las condiciones laborales establecidas por ley.

El diagnóstico de los emprendimientos a nivel interno destaca la fortaleza en la preparación de los alimentos de bajos precios, con un mercado establecido. Sin embargo, se observaron varias debilidades que requieren de un fortalecimiento, como la limitada y repetitiva oferta de productos. Todo ello demostró una falta de formación adecuada y calificada para llevar el emprendimiento.

Aplicando las premisas de la educación para el emprendimiento (Hisrich & Peters, 1998), el plan de fortalecimiento a los emprendimientos liderados por mujeres de la parroquia Tachina contempló la formación grupal en dos

aspectos: las habilidades personales del emprendedor y las habilidades de gestión del emprendimiento.

La formación a través de metodologías activas para el aprendizaje y una dosis de educación popular valoró los conocimientos que las mujeres poseían y trasladó técnicas desde las manos de voluntarios con conocimientos formales durante 36 horas académicas.

El plan de formación se diseñó para fortalecer las brechas de competencias de las emprendedoras de Tachina. Constó de dos partes, una encauzada al fortalecimiento de competencias de las emprendedoras, donde se hizo énfasis en las competencias personales: autoestima, creatividad, autoconfianza, motivación, liderazgo, capacidad organizativa y trabajo en equipo. La otra, dirigida al emprendimiento donde se diseñaron módulos para dotar de competencias para la mejora de los pequeños negocios como organización y planificación, mercado, atención al cliente, proceso productivo y contabilidad básica. Estos temas, abordados con metodologías activas, revalorizan el conocimiento popular hacia técnicas empresariales normalmente aceptadas.

En total, el plan de formación contempló 16 horas académicas para la etapa de fortalecimiento de habilidades y actitudes de las emprendedoras y 20 horas académicas para el fortalecimiento de los emprendimientos por el que se trazó un plan de trabajo aplicado al mismo. El acompañamiento se realizó con visitas a los emprendimientos con un total de 16 horas.

Es necesario también debatir sobre la capacidad de los formadores que acompañaron a los emprendimientos. Ellos, voluntarios estudiantes en formación de carreras empresariales, dieron respuesta, tal como lo mencionaba Fantova (1995), convirtiéndose en formadores de aspectos técnicos, y a la vez tomando el papel de asesores y consejeros para resolver las problemáticas de las mujeres y sus negocios, cumpliendo con un aprendizaje bidireccional.

Por otro lado, cubriendo una necesidad detectada por los clientes, se trabajó en el diseño de las marcas de cinco emprendimientos y en una guía gastronómica dirigida a los turistas locales y para aquellos que aún no conocen los atractivos gastronómicos de la parroquia rural de Tachina.

Todo proceso debe concluir con la evaluación, en general los trabajos formativos carecen de una evaluación ex post. Una de las limitaciones más frecuente de un estudio de corte social es precisamente la valoración del impacto. En el caso de esta investigación se evaluó cualitativamente la repercusión de la capacitación en la mejora de las normas de higiene, las ganancias de la actividad, las iniciativas de promoción, las mejoras en los controles administrativos y en el crecimiento del mercado. Para la evaluación del plan de fortalecimiento se realizó una supervisión controlada tanto del proceso de capacitación como de la evolución de los negocios.

De todo ello obtenemos las siguientes conclusiones:

1. Que los planes de capacitación sólo tienen éxito si se adecúan a la realidad social y económica de las emprendedoras de supervivencia. Hay que tener presente su precariedad económica y sus dificultades para disponer de tiempo, dadas sus responsabilidades familiares.
2. Es necesario discutir respecto a los contenidos porque una formación para personas que están saliendo de la informalidad no requiere de complicadas técnicas administrativas, más bien deben estar al servicio de las necesidades de los formados. Se podría argumentar que tener en cuenta las necesidades de los participantes (Henry, Hill, & Leitch, 2005) es bajar el nivel académico de los contenidos, sin embargo se está dando una respuesta asertiva a los procesos de desarrollo y crecimiento del negocio.
3. Debemos señalar que se dieron dificultades en el desarrollo de la investigación y aplicación del plan, y por tanto, que es bastante difícil actuar en estos entornos. No todas las emprendedoras estuvieron dispuestas a la formación, especialmente las de mayor edad. Luego, durante el proceso en los negocios, no todas abrieron las puertas de su actividad para el seguimiento como estaba planificado y se debió recurrir a diferentes estrategias para el cumplimiento de las metas parciales que se planteaban hasta que las asumían como propias.

4. También se tiene que destacar que la implicación institucional o comunitaria es un requisito básico en estos procesos. En nuestro caso la implicación de las autoridades parroquiales en el proceso fue fundamental. Para ello es necesario que las autoridades cambien su mirada sobre este sector productivo generador de empleo.
5. Que el proceso de coaching o acompañamiento es una fórmula exitosa para garantizar el éxito de estos programas, pero esto implica mayores dificultades y costes para la aplicación.
6. Otra limitación del estudio fue el apoyo de personas en formación como voluntarios para dar el seguimiento. En algún momento esto constituyó una traba cuando se requería de apoyo más estructurado, dificultad que se superó con la supervisión de la investigadora.
7. Lo más relevante del proceso de formación desarrollado fueron los resultados obtenidos en la aplicación práctica, provocando mejoras significativas en la forma de organización, registros contables y controles administrativos de varios emprendimientos.
8. Que los procesos de formación si se acompañan de acciones de desarrollo local, como la generación de marcas propias o la creación de instrumentos generales que apoyen a los negocios locales, como en nuestro caso, son más efectivos, porque estimulan la participación en el proceso de capacitación a la par que incrementa el poder demostrativo.

El aprendizaje más significativo de la investigación ha sido la forma en que se ha adaptado el proceso formativo y de fortalecimiento a una realidad. Esto que podría ser interpretado como un proceso muy local, puede ser perfectamente replicado en otras localidades.

Fuera del estricto ámbito del negocio, la consecuencia inmediata de la implantación del plan de fortalecimiento fue la mejora de las expectativas de los negocios, el incremento de la tasa de supervivencia y, por consiguiente la contribución en alguna medida al desarrollo económico de la parroquia.

Esta experiencia, por su impacto social, puede ser replicada en otras comunidades rurales donde existe un potencial para el emprendimiento femenino enfocado al turismo. Para investigaciones posteriores, el tema del emprendimiento de mujeres es un tema de alta valoración, por la implicación económica del conjunto, y particularmente por la trascendencia en la vida de las familias. La contribución final de esta investigación es, por tanto, la puesta en valor de la herramienta formativa para la mejora de la calidad de vida de estas poblaciones rurales que se encuentran con altos niveles de pobreza y exclusión.

El estudio revaloriza también el trabajo de las mujeres que son activas constructoras del desarrollo y han permanecido desvalorizadas e invisibilizadas por el sistema social y familiar predominante en Ecuador.

Es necesario aclarar que aún quedan aspectos no resueltos con esta investigación, como temas de seguridad alimentaria, el enfoque del destino hacia otro tipo de turismo y sus implicaciones en el desarrollo local, sin embargo considero que es una importante contribución a la forma de ver la educación para el emprendimiento, resaltando la figura del emprendedor como un sujeto y no como un objeto.

Bibliografía

- Agudelo, G. D. (2012). Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las extrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente a los procesos del mercado. *Dialnet plus*, 103 - 128.
- Alaminos Chica, A., & Castejón Costa, J. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Alcoy: Editorial Marfil.
- Álvaro, E. (23 de 07 de 2016). Emprendimiento 3. (R. Benites, Entrevistador)
- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 1-15.
- Amorós, J. E., Guerra, M., Pizarro, O., & Poblete, C. (2011). Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile. *GEM Global Entrepreneurship Monitor*.
- Amorós, J., & Pizarro, O. (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Univ. Empresa, Bogotá (Colombia)*, 16-17.
- Anderson, S., & Eswaran, M. (2009). What determines female autonomy? *Econpapers*, 179.
- Ansoff, H. (1965). *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Arboleda Alvarez, O., & Zabala Salazar, H. (2011). Condiciones clave para el éxito y sostenibilidad de los emprendimientos solidarios de Medellín. *Semestre Económico-Universidad de Medellín*, 14, 77-94.
- Arias, C., & Castillo, E. (2011). La educación para el emprendimiento y empresarismo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 3.
- ART/PNUD. (2011). *Prioridades para el desarrollo integral de Esmeraldas*. Esmeraldas: PNUD.
- Aspra, R. H. (2013). Líderes que reconocen a sus pares jueces EY Entrepreneur Of The Year. *Revista emprendedor*, 9.
- Audretsch, D., & Keilbach, M. (2005). Entrepreneurship capital and regional growth. *The Annals of Regional Science*, 457-469. doi:DOI: 10.1007/s00168-005-0246-9
- Banco Mundial. (2013). Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>
- Bannock, G. (1981). *The Economics of Small Firms: Return to the Wilderness*. Oxford: Basil Blackwell.
- Barreda, J. (2010). Programa conjunto Promoción del Empleo. 5.
- Bauer, S., Finnegan, G., & Haspels, N. (2011). Género y Emprendimiento Guía de formación para mujeres empresarias. *OIT Organización Internacional de Trabajo*, 3.

- Begum, S. (2016). Socio economic conditions of rural women entrepreneurship in Andhra Pradesh India. *Journal of Agricultural Economics*, 71(3), 312. Obtenido de Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1860275335?accountid=14705>
- Benites, R. (2016). Promoción del Emprendimiento Juvenil en las Instituciones Educativas de la provincia de Esmeraldas-Ecuador. *Memoria Primer Congreso Internacional Innovación, Tecnología y Emprendimiento social post-desastre* (págs. 144-154). Manta-Manabí-Ecuador: Mar Abierto-ULEAM.
- Benites, R. (2017). Caracterización de los emprendimientos en la Provincia de Esmeraldas. *Hallazgos* 21, 2(1), 1-12. Obtenido de <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/46/55>
- Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Segunda ed.). México, D.F.: Pearson educación.
- Block, J., & Sandner, P. (2009). Necessity and opportunity entrepreneurs preneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 117-137.
- Bravo, J. (19 de 10 de 2016). Historia de Tachina. (P. Capurro, Entrevistador)
- Brock, W.A. and D.S. Evans, 1989; Carree y Thurik, 2003; Foro Economico 2009; OIT de 2011. (s.f.). Small business economics, Small Business Economics; the impact entrepreneurship on economic grawith. *kluwer academic publishers*.
- Bruno, S. (2011). The Management Education of the Rural Entrepreneur. *The AMFITEATRU ECONOMIC journal*.
- Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., & Hart. (2006). Growth oriented women entrepreneurs and their businesses: A global research perspective. *Cheltenham / Northampton, UK*.
- Buendía-Martínez, I., & Carrasco, I. (2013). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 21-45.
- Bula, & Tiagha, E. (2012). Women Entrepreneurs in Kenya's Small Scale Enterprises: a demographic perspective". *European Journal of Business and Management*, Vol 4 No. 9, 101-110.
- Burnett, D. (2000). The Supply of Entrepreneurship and Economic Development. *Technopreneurial*.
- Busenitz, L., G. Page, W., Dean , S., & Teresa, N. (2003). Emprendimiento Investigación en Emergencia: Tendencias pasadas y direcciones futuras. *JOURNAL OF MANAGEMENT*, 237.
- Buttner, E., & Moore, D. (1997). *Women Entrepreneurs; Moving beyond the Glass Ceiling*. Beverly Hills, C.A.

- Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2009). *The portable MBA in entrepreneurship* (Vol. 35). John Willy & Sons.
- CAF-Banco de Desarrollo de América Latina. (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Bogotá: CAF.
- Caicedo, E. (19 de Octubre de 2016). Historia de Tachina. (P. Capurro, Entrevistador)
- Capurro, P. (2017). *Diagnóstico socio productivo de la parroquia rural Tachina*. Esmeraldas: PUCESE.
- Castiblanco, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 53-66.
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. *INTEC-CHILE*, 5.
- Cervera, L. (2005). *Diagnóstico geo-socioeconómico de Ciudad Juárez y su sociedad*. Chihuahua: Dirección General Regional Noroeste Ciudad Juárez. Obtenido de <http://convergemujeres.org/documentos/Campo%20algodonero/Informes/Informe%20Inmujeres.pdf>
- Chitsike, C. (2000). Culture as a barrier to rural women's entrepreneurship: Experience from Zimbabwe. *Gender & Development*, 71-77.
- Coronado, B. O. (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. *Universidad de Santiago de Chile*, 21.
- Correa, L. (2013). El coaching como estrategia para la formación de competencias profesionales. *Revista EAN(63)*, 127-144.
- Daniels, Mead, & Musinga. (1995). Employment and income in micro and small enterprises in Kenya: results of a 1995 survey". *Gemini Technical Report*, 92.
- David. (1997). *Conceptos de Administración Estratégica*. Prentice Hall.
- De Vries, M. (1977). The entrepreneurial personality: A person at the crossroads. *Journal of management studies*, 14(1), 34-57.
- Delgado, C. (20 de 10 de 2016). Historia de Tachina. (P. Capurro, Entrevistador)
- Díaz , I., & Echeverría, D. (2010). El emprendimiento en Cuba: un análisis de la participación de la mujer. *Entramado*, 54-65-66.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principies*. New York: Harper & Row.
- European Commission: Enterprise and Industry. (2009). *Entrepreneurship in vocational education and training*. Obtenido de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/index_en.htm

- Fantova, F. (1995). *Tercer sector e intervención social*. Madrid: Instituto Nacional de Empleo (INEM).
- Feridos Ecuador*. (2017). Obtenido de <http://www.feridosecuador.net/feriado/2017>
- Fernández, S. C. (2013). *Gestión de la atención al cliente*. España : Paraninfo S.A .
- Flora, H., Ansell, N., Robson, E., & Blerk, L. (2013). Rural young people's opportunities for employment and entrepreneurship in globalised southern Africa: the limitations of targeting policies. *International Development Planning Review*.
- Fontanot, G. (2000). <http://www.respyn.uanl.mx/especiales/ammfen/14.html>. *Salud Publica y Nutricion*, 2.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Argentina: INTA.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. Mexico: Pearson Educacion.
- GAD Parroquial Tachina. (2017). Obtenido de <http://www.tachina.gob.ec/index.php/ct-menu-item-17/ct-menu-item-27>
- GAD Parroquial Tachina. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014-2019*. Esmeraldas.
- Garavan, T., & O'Connell, B. (1994). "Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation. *Journal of European industrial training*, 13-21.
- GEM. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL.
- GEM. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL.
- GEM Ecuador*. (2014). Guayaquil : ESPAE-ESPOL.
- Gibb, A. (1987). The Enterprise Culture and Education. Understanding Enterprise Culture. *International Small Business Journal April* .
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new "enterprise" and "entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233-269.
- Giler, J. M. (2005). INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA O PROPOSITIVA. *Scribd*.
- Glaister, K., & Falshaw, J. (1999). Strategic planning still going strong. *ong Range Planning*, 32(1), 107-116.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. (30 de 03 de 2017). www.gemconsortium.org. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/wiki/1154>
- Gómez, H. S. (2003). *Servicio al Cliente Métodos de Auditoria y Medición*. Bogotá.

- Google Maps. (2016). *Google Maps*. Recuperado el 31 de enero de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Tachina,+Esmeraldas/@0.9749681,-79.6434977,7023m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x8fd4bddd1e453731:0xa493fc102d7f1405!8m2!3d0.9730661!4d-79.6249446>
- Grajales, T. (2000). TIPOS DE INVESTIGACION. *On line*(27/03/2.000). Revisado el, 14.
- Graziano , P. (12 de enero de 2015). *Sicología estratégica*. Obtenido de <http://www.psicologia-estrategica.com/2015/01/12/autoestima-3-ejercicios-para-fortalecer-la-autoconfianza/>
- Guzmán, A., & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social- Revisión de la Literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Ha, J., & Jang, S. (2010). Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *International Journal of Hospitality Management*(29), 520-529.
- Hansemark, O. C. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 28-50.
- Harding, R. (2004). Social Enterprise: The New Economic Engine? *Business Strategy Review*, 15(4), 39-43.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. CEPAL.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training - can entrepreneurship be taught? *Education and Training*, 47(2), 98-111.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? *Education + Training*, Vol. 47 (No 2), 98-111.
- Herrera, C., & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, IV(7), 7-30.
- Hisrich, R., & Peters, M. (1998). *Entrepreneurship* (4th ed. ed.). Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Ibrahim y Soufani, 2002. (s.f.). *Innovation and Entrepreneurship in Education*. Pantelis M. Papadopoulos,Roland Burger,Ana Faria.
- INEC. (2010). Base de Datos – Censo de Población y Vivienda.
- INEC. (2010). http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es

- INEC. (2014). *Metodología para la medición del empleo en Ecuador*. Quito: INEC.
- INEC. (Marzo de 2016). *Ecuador en Cifras, Indicadores laborales*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Instituto Geográfico Militar Ecuador. (2016). *www.geoportaligm,.gob.ec*. Obtenido de <http://www.geoportaligm.gob.ec/portal/index.php/descargas/geoinformacion/mapas-oficiales/>
- Jamieson, I. 1984; Garavan, T.N. & O'Conneide, B. 1994. (s.f.). Education for enterprise. In Watts, A.G., & Moran, P. *CRAC, Ballinger, Cambridge,, 19-27*.
- Jayawarna, D., Kitching, J., & Rouse, J. (2011). "Entrepreneur motivations and life course". *International Small Business Journal*.
- Jennings, P., & Hawley, D. (1996). Designing Effective Training Programmes, 19th ISBA National Small Firms Policy and Research Conference, *Enterprising Futures, Birmingham*.
- Kabeer, N. (1999). Women, Wages and Intra-household Power Relations in Urban Bangladesh. *My Library*.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (2016). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico*. Argentina: Rafaela: Asociación Civil Red PYMES Mercosur.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. . Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kok, J., Deijl, C., & Veldhuis-Van Essen, C. (2013). *Is Small Still Beautiful? Literature Review of Recent Empirical Evidence on the Contribution of SMEs to Employment Creation*. Frankfurt am Main: International Labour Organisation (ILO) and Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Guayaquil: ESPAE-ESPOL.
- Lazear, E. (2004). Balanced Skills and Entrepreneurship. *American Economic Review*, 94(2), 208-211.
- Lazzari, L., & Maesschalck, V. (2002). El análisis FODA como una herramienta para el control de gestión. *Cuadernos del CIMBAGE*(5).
- López, M., López, M., & Pérez, S. (2003). Cambio en el estilo de gestión de la pequeña y mediana empresa a través del Coaching. *Zaloamati*, 12.
- Marilyn, M., Helms, M., & Rodríguez Lisandro de los Ríos, W. (2011). Entrepreneurial potential in Argentina: a SWOT analysis. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 21(3), 269-287.

- Marvez, G. (2011). Emprendimiento. *Cuadernos Unimetanos*, 1-5.
- McClelland, D. (1965). N achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of personality and Social Psychology*, 1(4), 389.
- McCormick. (2011). Gender in small enterprise in Kenya: An Institutional Analysis”, In P.C.Samanta & R.K. Sen (eds). *Realising African Development Kolkata, India, CIADS*, 330.
- Mínguez, N. (2016). Un marco conceptual para la imagen corporativa. *Revista de Estudios de Comunicación*, 5(8), 1-11.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Fundamentos y aspectos territoriales*(383), 23-30.
- Mintzberg, H., & Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: A Guide Through the Wilds of Strategic Management*. New York: The Free Press.
- Montalvo, L. (01 de 08 de 2016). Presidente GAD Parroquial. (R. Benites, Entrevistador)
- Muñiz, L. (2010). *Guía práctica para mejorar un plan de negocio*. Barcelona: Bresca Editorial.
- Nieva, F. O. (2015). Social women entrepreneurship in the Kingdom of Saudi Arabia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5-11.
- OECD. (2015). *Report to G7 Leaders on Women and Entrepreneurship*. Germany: OECD.
- OIT. (2011). *Genero y Emprendimiento: Guía de Formación para mujeres empresarias*. Costa Rica: Organización Internacional del Trabajo.
- OIT. (2015). *Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo*. Ginebra: OIT.
- Olivos, F., Alvarez, I., & Díaz, F. (2013). Impacto de la educación para el emprendimiento en la creatividad: Una experiencia en Chile con Propensity Score Matching. *Revista Electrónica Educare*, 260.
- Orrego, C. (2009). La Fenomenología y el Emprendimiento. *Revista Ciencia Estratégicas*, 17(21), 21-31.
- Oyarvide, H. (2013). Factores que limitan el emprendedurismo empresarial en el cantón Esmeraldas, Ecuador. *Investigación y Saberes*, II, 1-6.
- Pablo Szmulewicz, Mansilla , N., & Gutiérrez., C. (2007). *Mujeres Campesinas y Turismo Rural*. Obtenido de <https://www.aacademica.org/vi.congreso.chileno.de.antropologia/175.pdf>
- Palacios Núñez, G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 579-590.

- Parker, S. (2004). *The economics of self-employment and entrepreneurship*. Cambridge University Press.
- Parque Tec . (2008). Diagnostico sobre la situación del emprendimiento en Centroamérica . *Potenciadora de Negocios Tecnológicos*, 13.
- Petridou, E., & Glaveli, N. (2008). Rural women entrepreneurship within co-operatives: training support. *Gender in Management: An International Journal*, 23(4), 262-277.
doi:10.1108/17542410810878077
- Pino Mejías , M. Á. (2015). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios* . España .
- Ponce Talancón, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones de Economía*.
- PRODEMU. (2013). *Evaluación Programa Mejorando Mi Negocio*. Santiago de Chile: Datavoz.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and overview of findings. *International review of industrial and organizational psychology*, 101-142.
- Raven, G. (1983). los clientes de Glen raven comparten sus conocimientos sobre las mejores practicas. *RAVEN Edicion num. 17*.
- Reis, T., & Clohesy, S. (2001). Unleashing new resources and entrepreneurship for the common good: A philanthropic renaissance. *New Directions for Philanthropic Fundraising*(32), 109-144.
- Revilla Delgado, N., Acosta Campos, I., & Marval Galvis, E. (2009). Necesidades de entrenamiento del personal basado en el enfoque de competencias. Estudio de un caso. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), 195-214.
- Reynolds, P., & Curtin, R. (2008). "Business Creation in the United States: Panel Study of Entrepreneurial Dynamics II Initial Assessment". *Foundations and Trends in Entrepreneurship*.
- Robert D. Hisrich , Michael P. Peters. (1998). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill.
- Rodríguez, A., Fernández, M., Sbrocca, F., & Assadri, C. (2011). *Desarrollo de capacidades para emprender*. Uruguay: Fin de siglo.
- Rodriguez, M. (21 de 10 de 2016). Historia de Tachina. (P. Capurro, Entrevistador)
- Rosado, J. (7 de 11 de 2016). Historia de Tachina. (C. Paola, Entrevistador)
- Sánchez, S., & Fuentes , F. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 141.

- Sarabia, S. (2013). *Métodos de investigación social y de la empresa*. Madrid: ES: Larouse-Ediciones Pirámide .
- Say, J. 1803; Schumpeter, J. 1934. (s.f.). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press. .
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. United States: Harper & Brothers.
- SENPLADES. (Mayo de 2011). http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/SENPLADES_Guia_Metodologia_Planes_Desarrollo_Ordenamiento_Territorial.pdf. Obtenido de www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/plugins/download.../download.php?...
- Serrano, A., Montoya Luz, & Puentes, G. (2017). Un modelo para la formación en emprendimiento de mujeres cabeza de familia localizadas en el Municipio de Duitama, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 38(4), 18.
- Serrano, J. E. (2011). *GESTION COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE*. MADRID: PARANINFO S.A.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*.
- Sharmistha, S., & Grabowski, R. (2013). Female autonomy in rural North India: Impact of Economic, Social, and Political Factors. *Journal of Economic Development*, 38(1), 59-82.
- SIISE. (2010). *Sistema Integrado de Indicadores* . Quito: INEC.
- Singer; Amorós, José & Moska. (2015). Global Entrepreneurship Monitor. *Global Report. Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*.
- Singer; Amorós, José & Moska. (2015). Global Entrepreneurship Monitor. *Global Report. Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*.
- Stefan, E. (2014). The Management Education of the Rural Entrepreneur. *Amfiteatru Economic*, 932-949.
- Stevenson, H. (2000). *Why entrepreneurship has won!* USASBE.
- Stevenson, L. (2005). Support for Growth-oriented Women Entrepreneurs in Kenya. *International Labour Organisation*.
- Stoner & Fry 1982. (s.f.). The entrepreneurial decision: Dissatisfaction faction or opportunity?". *Journal of Small Business Management*.
- Sullivan, D. (2007). Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities MAKE a Difference? *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 77-78.
- Tacoronte, D., & Medina Brito, M. (2015). *Manuales Universitarios de Teleformación: Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos*. Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- TH Gindling y David Newhouse. (2012). Self-Employment in the Developing World. *elibrary*.

- UNICEF. (2013). Obtenido de <https://www.unicef.org/es>
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y Ciencia en la creación de Empresas*. Colombia: Pearson.
- Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios gerenciales*, 22(100), 21-47.
- Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 21-47.
- Velasco, E. B. (21 de 17 de 2016). Emprendimiento 2. (R. Benites, Entrevistador)
- Velasco, Y. (20 de 07 de 2016). Emprendimiento 1. (R. Benites, Entrevistador)
- Vinrub, R. (2009). *UNA GUIA PARA EMPRENDEDORES* . MEXICO.
- Visoni, O. (2011). *Acompañamiento empresarial a las mujeres microempresarias de FUNDAP*. Guatemala: Universidad del Istmo.
- W.B, G. (1985). A conceptual Framework for Describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 696-706.
- World Bank. (2012). *World Development Report 2013: Jobs*. Washigton DC: World Bank.
- World Bank Group. (2013). *Framing the global landscape of entrepreneurship education and trainin programs*. Washington, DC: Education Department, Human Development Network.
- World Bank Group. (2013). *Framing the global landscape of entrepreneurship education and trainin programs*. Washington, DC: Education Department, Human Development Network.
- World Bank Group. (2013). *Framing the global of entrepreneurship education and trainin programs*. Washington, DC: Education Departmente, Human Development Network.
- Wortman, M. (1990). Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6(4), 329-344.
- Yissi, F., & Garcés, R. (2013). Mujeres rurales y trabajo en Chile central. *Revista científica Javeriana*.

ANEXOS

Anexo 1: Pauta para grupos de discusión

1. Mencione que apoyo han recibido de las diferentes instancias de gobierno para promover el desarrollo turístico de Tachina y que le han ayudado a usted para llegar a cabo su actividad.

2. Cómo calificaría la infraestructura que se ha trabajado en Tachina, los puentes, la nueva terminal aeroportuaria, el malecón, piensa que ha fomentado el turismo en la zona, describa

Fortalezas

Debilidades

3. Cuáles han sido los tres principales obstáculos que han tenido que enfrentar para llevar a cabo esta actividad

4. Áreas que les gustaría fortalecer dentro de la gestión de sus emprendimientos

5. Proponga acciones para fortalecer sus habilidades emprendedoras y de esta forma llevar con éxito su emprendimiento.

Anexo 2: Cuestionario para entrevista a informantes claves

1. Mencione que apoyo han recibido de las diferentes instancias de gobierno para promover el desarrollo turístico de Tachina
2. ¿Cuáles son las políticas desde el gobierno parroquial para promover el desarrollo turístico de la parroquia Tachina?
3. Como evaluaría el aporte de la infraestructura que se ha trabajado en Tachina, los puentes, la nueva terminal aeroportuaria, el malecón, piensa que ha fomentado el emprendimiento turístico en la zona, describa Fortalezas

Debilidades

4. A su juicio, cuáles son las habilidades emprendedoras presentes y ausentes en las mujeres rurales que venden alimentos en la vía central de Tachina
-
5. Qué programas específicos se han realizado para fomentar el desarrollo de capacidades emprendedoras de las mujeres que lideran estas iniciativas.
 6. Determine las necesidades de capacitación aún pendientes de desarrollar
 7. Qué acciones propondría para mejorar las habilidades emprendedoras de las mujeres rurales dedicadas a la venta de alimentos.
- Gracias por su colaboración

Anexo 3: Cuestionario para panel de expertos

1. De este listado, ponga de 1 a 5 según importancia de cada uno de los ítems

Actitudes	Habilidades	Conocimientos
___ Valoración del medio rural	___ Toma de decisiones	___ Gestión de empresas
___ Creatividad	___ Capacidad organizativa	___ Marketing
___ Innovación	___ Capacidad de observación	___ Turismo
___ Disciplina	___ Observación	___ Gestión de personal
___ Amabilidad	___ Liderazgo	___ Cultura Local
___ Dinamismo	___ Trabajo en equipo	___ Gestión financiera
___ Disponibilidad	___ Trato personal	___ Relaciones Humanas
___ Flexibilidad	___ Capacidad de negociación	___ Atención al cliente
___ Autonomía	___ Negociación	___ Economía
___ Responsabilidad	___ Comunicación	___ Higiene y manipulación de alimentos
___ Motivación	___ Psicología	___ Contabilidad
___ Compromiso	___ Disposición de servicio	

2. Que otras características debería tener el perfil de las mujeres rurales que venden alimentos en la parroquia Tachina, que no estén incluidas en el listado anterior pero que usted considere importante considerar
3. Qué tipo de acciones recomendaría para fortalecer las habilidades emprendedoras en las mujeres que trabajan en la zona.

Anexo 4: Cuestionario para encuesta a mujeres rurales emprendedoras

Señale la respuesta que corresponda:

1. Sexo:

Masculino

femenino

2. Edad:

3. Estado civil

Soltero/a

Casado/a

Divorciado/a

Viudo/a

Unión libre

4. ¿

Cuántos hijos tiene?

5. Nivel de educación:

Primaria

Secundaria

Universidad

Sin formación

6. ¿Su negocio tiene nombre comercial?

SI

NO

En caso de ser si la respuesta ¿cuál es el nombre? _____

7. Qué producto usted vende:

Tortilla de choclo

Maduro con queso

Choclo con queso

Pincho de carne

Empanada

Pescado

Picaditas

Otros

Cuál _____

8. ¿En qué año abrió su negocio?

9. El local en qué desarrolla actualmente su actividad es:

Propio

Alquilado

Prestado

Ambulante

10. Cuenta con permisos emitidos por organismos de control, tales como:

Permiso sanitario del Ministerio de Salud Pública

Permiso de funcionamiento del municipio

Permiso del Cuerpo de Bomberos

RUC o RISE emitido por el SRI

Ninguno

11. ¿Con cuántas personas trabaja usted?

1

2-3

3-4
 5 o más

12. En caso de la respuesta anterior sea 2 o más; por favor indique ¿cuántos son familiares y cuántos son contratadas?

Familiares _____
 Contratadas _____

13. Sus ventas promedio mensuales se encuentran entre:

Inferiores al sueldo básico
 375 (sueldo básico)
 De 375 a 800
 Mayores a 800

14. ¿Ha recibido alguna capacitación anteriormente referente a la actividad que desempeña en la actualidad?

SI NO

¿En qué temas? _____

15. ¿Por qué escogió este tipo de actividad?

No tuvo otra alternativa de empleo
 Porque le gusta su actividad
 Los ingresos del negocio son mejores que en los de trabajos anteriores
 Falta de educación profesional
 Otros

16. Elija los problemas que ha afrontado dentro de su actividad económica

Problemas con agentes municipales
 Desconocimiento de las leyes que le regulan el sector
 No existen cursos que permitan mejorar la actividad que realiza
 Clausura de su negocio por falta de declaraciones al SRI
 Disminución de ventas por el terremoto del 16 de abril y sus réplicas
 Competencia
 Otros

17. ¿Cuándo se realiza el mayor número de ventas?

Lunes
 Martes
 Miércoles
 Jueves
 Viernes
 Sábado
 Domingo

18. ¿Quién o quiénes laboran en su negocio necesitan recibir capacitación?

SI NO

¿Por qué? _____

19. Marque con una "X" qué temas cree usted que necesita para fortalecer su negocio.

Temas que necesita recibir capacitación			
	Muy necesaria	Neutral	No necesaria
Atención al cliente			
Marketing			
Higiene y manipulación de alimentos			
Obligaciones con el SRI			

Temas que necesita recibir capacitación			
	Muy necesaria	Neutral	No necesaria
Como invertir el dinero que gana dentro del negocio			

20. ¿Si se le invita a una serie de capacitaciones gratuitas relacionadas a los temas que seleccionó en la pregunta anterior que le permitan mejorar su negocio, usted asistiría?

SI

NO

21. En qué días y horarios le gustaría recibir las capacitaciones:

Días	En la mañana		En la tarde	En la noche
	08:00 a 10:00	10:00 a 12:00	15:00 a 17:00	19:00 a 21:00
Lunes				
Martes				
Miércoles				
Jueves				
Viernes				
Sábado				
Domingo				

22. ¿Le gustaría recibir un diploma por las capacitaciones recibidas?

SI

NO

Gracias por su colaboración

Anexo 5: Cuestionario para encuesta a Clientes

Señale la respuesta que corresponda:

1. Sexo:

Masculino

Femenino

2. Edad:

3. Estado civil

Soltero/a

Casado/a

Divorciado/a

4. Ni

Viudo/a

Unión libre

vel de educación:

Primaria

Secundaria

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

Está estudiando

Sin formación

5. Lugar de Procedencia:

Tachina

Ciudad de Esmeraldas

Otros cantones

Otras provincias

Otros países

6. ¿Con quién ha venido?

Solo

Familiares

Compañeros de trabajo

Amigos

7. ¿Con qué frecuencia asiste?

Es la primera vez

Diariamente

Una vez a la semana

Varias veces a la semana

Una vez al mes

Varias veces al mes

Una vez al año

Varias veces al año

8. Si contestó una vez o varias veces a la semana, seleccione por favor el o los días en los que asiste.

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

Viernes

Sábado

Domingo

9. ¿Siempre come en el mismo lugar?

SI

NO

10. ¿Qué acostumbra comer?

Tortilla de choclo

Maduro con queso

Choclo con queso

Pincho de carne
 Empanada
 Pescado
 Picaditas
 Otros
 Cuál _____

11. Indique su grado de satisfacción con los siguientes atributos en una escala de 1 a 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto:

Atributos	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Calidad					
Sabor					
Presentación					
Temperatura adecuada					
Ingredientes					
Variedad					
Cantidad					
Precio					
Atención					
Presentación del personal					
Muebles apropiados					
Imagen exterior					
Imagen interior					
Recomendable					

Gracias por su colaboración

Anexo 6: Informantes claves

Nombre	Cargo
Diana Guzmán	Directora del Departamento de Turismo del Gobierno Municipal de Esmeraldas
Litinio Montalvo	Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tachina
Darwin García	Vocal del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Tachina

Anexo 7: Fichas de observación de cada emprendimiento

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Alison Bone Tiempo de actividad: 1 año</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal, pasando la iglesia avanza una cuadra a la derecha y luego 50 m. a la izquierda, diagonal a la venta de pescado frito Divino Niño. Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corviches • Jugos • Colas
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No cuenta con rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 180 a 354 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico, no existen capacitaciones para mejorar el emprendimiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Alison Bone y 2 colaboradores Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Benites Mileidy Teléfono : Tiempo de actividad: 6 meses</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Frente al parque Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Producto que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pescado frito • Jugos • Colas
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No cuenta con rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Ambulante Nivel de ingresos declarados: entre 180 a 354 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer constantes con el negocio. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento, no existen capacitaciones para mejorar el emprendimiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Benites Miladi y 1 colaborador Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Dalia De la Cruz Tiempo de actividad: 18 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Comedor Steven Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Producto que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bolones de verde • Café • Jugos • Colas
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): Si tienen rótulo, ganadora de mención para promoción MESABE a nivel nacional</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 451 a 650 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer constantes con el negocio. Principales problemas del emprendimiento: No presenta No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Dalia De la Cruz y 1 colaborador Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Elsa Canga Tiempo de actividad: 5 meses</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Producto que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arroz con menestra y carne asada • Choclo asado con queso • Maduro asado con queso
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 355 a 450 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico, no existen capacitaciones para mejorar el emprendimiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Elsa Canga y 1 colaborador Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Gladys Navarrete Tiempo de actividad: 3 meses</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Frente al parque Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tortillas de yuca • Yapingachos • Café • Te • Jugos
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 355 a 450 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado competitivo. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 1 Gladys Navarrete Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Gotti Rua Bone Tiempo de actividad: 2 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maduro asado con queso • Choclo asado con queso
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Ambulante Nivel de ingresos declarados: menor a 179 dólares Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Gotti Rua Bone Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Erika Velasco Teléfono : Tiempo de actividad: 5 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Picaditas Doña Peri Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Picaditas • Maduro asado con queso • Choclo asado con queso • Colas • Jugos
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Propio Nivel de ingresos declarados: mayor a 850 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Erika Velasco y 1 colaborador Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Yaqueline Velasco Tiempo de actividad: 3 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Tortillas de choclo “Doña ya” Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos que ofrece: • Tortillas de choclo • Te • Café • Colas
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 451 a 650 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Yaqueline Velasco y 3 colaboradores Nivel de formación: Primaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Jesús Espín Tiempo de actividad: 3 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos que ofrece: • Tortillas de choclo • Choclo asado con queso • Maduro asado con queso • Colas • jugos
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Propio Nivel de ingresos declarados: entre 180 a 354 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Captar la mayor cantidad de clientes. Principales problemas del emprendimiento: La competencia No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento 2 Jesús Espín y un ayudante Nivel de formación: Cursó secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Suliana Thomasa Rua Bone Tiempo de actividad: 5 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maduro asado con queso • Choclo asado con queso
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Ambulante Nivel de ingresos declarados: entre 180 a 354 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado competitivo. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 1 Suliana Thomasa Rua Bone y 1 ayudantes Nivel de formación: Primaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Mariceli Velasco García Tiempo de actividad: 2 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tortillas de choclo • Te • Café • Colas
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Propio Nivel de ingresos declarados: entre 451 a 650 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Mariceli Velasco García Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Rebeca Velasco Dueñas Tiempo de actividad: 5 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Tortillas Don Reve Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tortillas de choclo • Maduro asado con queso • Colas • Te • Café
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Ambulante Nivel de ingresos declarados: entre 651 a 850 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Rebeca Velasco Dueña y 4 colaboradores Nivel de formación: Superior</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Rezabala Diógenes Tiempo de actividad: 2 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: La esquina de la Albacora Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos que ofrece • Pescado asado • Arroz y menestra • Colas • Jugos
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): Si tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Propio Nivel de ingresos declarados: mayor a 850 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer constantes con el negocio. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 3, Rezabala Diógenes y 2 colaboradores Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Ruth Ramírez Tiempo de actividad: 3 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Restaurant “Las Hamacas” Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos que ofrece • Desayunos • Almuerzos • Meriendas • Jugos • Colas • Agua
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): Si tiene rótulo, publicidad eventual en medios</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Alquilado Nivel de ingresos declarados: mayor a 850 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Brindar un servicio de calidad con calidez a nuestros clientes. Principales problemas del emprendimiento: No presenta No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: (3) Ruth Ramírez y 2 colaboradores Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Seida Bone Torres Tiempo de actividad: 13 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pescado frito • Colas • Jugos
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: Propio Nivel de ingresos declarados: entre 355 a 450 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Captar la mayor cantidad de clientes. Principales problemas del emprendimiento: La competencia No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento 3 Seida Bone y 2 hijas Nivel de formación: Medio</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Susana Vera Tiempo de actividad: 2 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Don Simi Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Almuerzos • Meriendas • Colas • Jugos
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): Si tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 651 a 850 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado competitivo. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 3 Susana Vera y 2 colaboradores Nivel de formación: Medio</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Teófila Girón Tiempo de actividad: 3 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tortillas de choclo • Café • Te
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 180 a 354 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado competitivo. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento , competencia No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 3, Teófila Girón y 2 colaboradores Nivel de formación: Primaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Anita Velazco García Tiempo de actividad: 20 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empanadas de verde • Café • Te
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 651 a 850 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Incrementar sus ventas para mejorar su calidad de vida. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 3, Velásquez García Anita y 2 colaboradores Nivel de formación: Primaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Verusca Velasco Tiempo de actividad: 6 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: No tiene Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Malecón Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos que ofrece • Picaditas • Corviches
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 355 a 450 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado competitivo. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 1 Verusca Velasco Nivel de formación: Superior</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Yani Obando Morales Tiempo de actividad: 15 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Pescado frito “Divino Niño” Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Iglesia a la derecha avanza una cuadra y luego 5 metros a la derecha. Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos que ofrece • Pescado frito • Tapado de pescado • Jugos • Colas • Comida típica y criolla •
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): No tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: mayores a 850 dólares Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado. Principales problemas del emprendimiento: Económico No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: Yani Obando Morales y 4 colaboradores Nivel de formación: Secundaria</p>

<p>Datos Generales:</p> 	<p>Cantón: Esmeraldas Parroquia: Tachina Contacto: Evelyn Yulisa Álvaro Velazco Tiempo de actividad: 11 años</p>
<p>Descripción general del emprendimiento</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Punto Azul Dirección: Parroquia Tachina Accesibilidad: Vía Principal Relaciones entre actores (Apoyos y sinergias): PUCESE, GAD Parroquia Tachina</p>
<p>Productos o servicios</p> 	<p>Cuenta con un servicio o producto bien programado: Si Productos que ofrece</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pinchos de carne, pollo • Alitas de pollo asadas • Choclo asado • Maduro asado
<p>Comercialización</p>	<p>Promoción y Publicidad (medio de difusión, página web, ofertas): Si tiene rótulo</p>
<p>Operaciones Gestión y organización</p>	<p>Nombre del Emprendimiento: Punto Azul Identificación de la organización- Informal no tiene estatutos Local: propio Nivel de ingresos declarados: entre 651 a 850 dólares mensuales Objetivos que tienen como grupo: Permanecer en el mercado competitivo. Principales problemas del emprendimiento: Financiamiento , competencia No de miembros de la comunidad que participan activamente en el emprendimiento: 3, Evelyn Yulisa Álvaro Velazco (Hija) ,Yecci Velasco (Madre) y 1 colaboradores Nivel de formación: Primaria</p>



GUIA DE FORMACION PARA MUJERES EMPRENDEDORAS

Roxana Benitez Cañizares



Antecedentes

Con el plan de capacitaciones se busca que los miembros del emprendimiento desarrollen habilidades y adquieran conocimientos que beneficien al negocio para lograr un mejor funcionamiento del mismo.

La capacitación es necesaria para todo tipo de organización; todos requieren del constante fortalecimiento en actividades, procesos, manejo de relaciones y recursos.

Con el diseño del plan de capacitación se busca que el miembro del emprendimiento se involucre con todas las actividades y se sienta motivado a contribuir con el desarrollo de sus negocios familiares, teniendo presente que para ello se utilizaran herramientas, recursos prácticos y visuales que permitan obtener una mayor comprensión de los temas enseñados mediante las diferentes sesiones y talleres.

La utilización de un plan de capacitación para emprendimientos informales permite determinar los puntos indispensables y prioritarios a ser atendidos, relacionando la realidad observada en cada uno de los emprendimientos junto a la perspectiva y comentarios de clientes.

Se inicia con una propuesta administrativa que permita organizar la estructura, roles y funciones de los integrantes del emprendimiento, logrando identificar aspectos de

liderazgo y también responsabilidades de cada uno de los miembros.

También se requiere que los miembros de los emprendimientos puedan tener una visión del mercado al cual se están dirigiendo para poder realizar una comparación del trabajo que están realizando mediante la oferta de sus productos y servicio frente a la satisfacción de clientes, para determinar en este caso la importancia del mercado para la adecuada sostenibilidad del negocio y por ende para el crecimiento deseado.

Se logrará que se puedan identificar y definir los procesos de producción de formas sencilla considerando que son productos con una corta elaboración, además del control de los recursos, la identificación de costos y gastos incurridos para brindar los servicios.

La propuesta contable y financiera logra que los dueños de los negocios lleven un registro de los ingresos y egresos de acuerdo a un presupuesto lo que su vez que permitirá determinar valores que pueden ser destinados al ahorro de los negocios.

Dentro de las finanzas personales también se pueden ver las ventajas y desventajas del acceso a créditos de acuerdo a la situación actual en la que se encuentre el emprendimiento y de su capacidad de pago.



Objetivos del plan de capacitación

Objetivos del Plan de Capacitación

GENERAL

Instruir a los miembros de los emprendimientos para el manejo oportuno de sus negocios, generando progreso y desarrollo para beneficio propio y de clientes.

ESPECÍFICOS

- Realizar una propuesta administrativa para la organización de roles y funciones
- Ampliar los conocimientos de registros de ingresos y gastos para mejor control del efectivo.
- Estipular un fondo para el emprendimiento, lo que para futuras inversiones y pago de endeudamiento.
- Analizar el poder de mercado para el sostenimiento de la empresa



5

Propuesta para fortalecimiento de emprendimientos

Aspectos Generales

RESPONSABLES	PARTICIPANTES	COLABORADORES
PUCESE Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede esmeraldas	Miembros de los Emprendimientos Tachina	Gobierno Autónomo descentralizado de la Parroquia Tachina

NORMAS	SISTEMA DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Puntualidad• Respeto• Asistencias regular• Participación de los participantes	<ul style="list-style-type: none">• Mediante talleres• Lluvia de ideas• Conclusiones individuales• Evaluaciones escritas• Ejercicios dinámicos



Temáticas del plan de capacitación

DINÁMICA	MOTIVAR AL EMPRENDEDOR
APELLÍDATE CON NOMBRES DE ANIMALES	Conocer a los participantes del proceso de capacitación
TEMA GENERAL	SISTEMAS INVOLUCRADOS
ADMINISTRACIÓN DE MI NEGOCIO	Conceptos, liderazgo empresarial, organigrama, recurso humano, manejo de relaciones laborales, recursos de la empresa :materiales, financieros, RR.HH.
ANÁLISIS DEL MERCADO	Resultados de satisfacción de clientes, la sostenibilidad del negocio según el mercado, FODA, atención al cliente, imagen del negocio.
PRODUCCIÓN	Producción, conceptos, procesos de producción de cada negocio y costos
CONTABILIDAD Y FINANZAS PERSONALES	Registros de ingresos y egresos :Control de costos, ventas, gastos, gastos de bolsillo, presupuestos

Cronograma de actividades

El cronograma de actividades permitirá tener una guía de cómo se van a ir realizando los talleres y capacitaciones, los mismo que en algún caso pueden ser objeto de cambio considerando circunstancias de los participantes o capacitadores.

CAPACITACIÓN MEDIANTE:

Talleres Exposiciones Equipos de trabajo

PLAZO DE EJECUCIÓN (3 MESES)

CAPACITADOR Varios

ADMINISTRADO A: Emprendimiento sector Tachina



CONTENIDO	DESCRIPCIÓN		
TEMAS	DURACIÓN/de acuerdo a disposición colectiva (sujeto a cambios)	PARTICIPANTES	FORMAS DE TRABAJO
DURACIÓN Presentación/ Motivación al emprendedor	DURACIÓN	CAPACITADOR/ EMPRENDEDOR	

UNIDAD I

Administración de mi negocio	6 HORAS	EMPRENDEDORES	INDIVIDUAL
Misión, visión, objetivos, ejercicios y dinámica			INDIVIDUAL
Receso			GRUPAL
Estructura Organizativa			INDIVIDUAL
Diseño de la estructura organizativa, roles y funciones			INDIVIDUAL
Ejercicios prácticos			EQUIPOS DE TRABAJO
Manejo de relaciones laborales			EQUIPOS DE TRABAJO

UNIDAD II

Socialización resultados encuesta satisfacción clientes	4 HORAS	EMPRENDEDORES	INDIVIDUAL
Los emprendimientos			INDIVIDUAL
Receso			GRUPAL
Atención al cliente			GRUPAL
Importancia de imagen y nombre de negocio			INDIVIDUAL

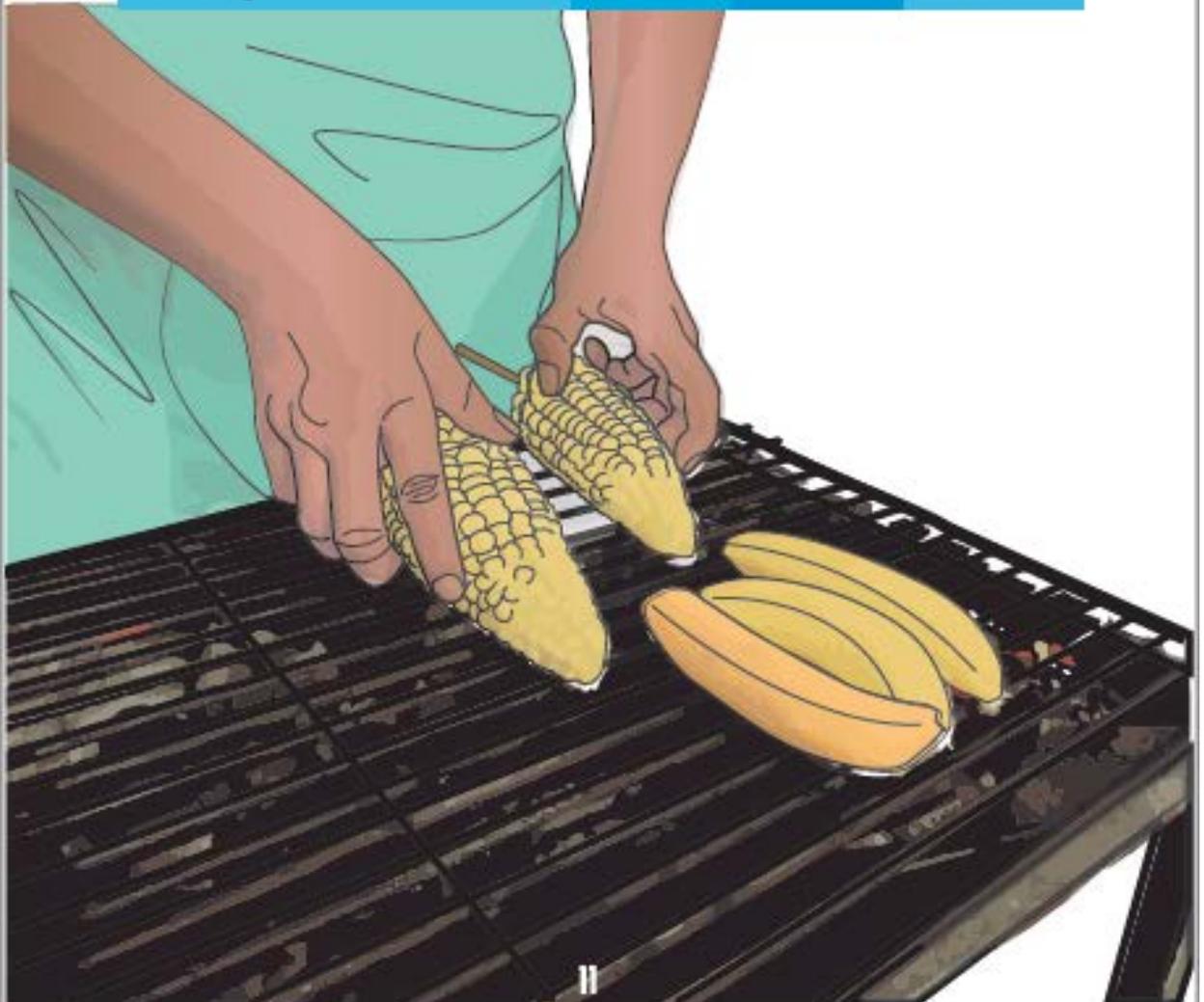
UNIDAD III

Producción	6 HORAS	EMPRENDEDORES	INDIVIDUAL
Proceso de producción de cada negocio			INDIVIDUAL
Receso			INDIVIDUAL
Presentación proceso de producción			INDIVIDUAL

10'

UNIDAD IV

Control y registro de ventas	6 HORAS EMPRENDEDORES	INDIVIDUAL
Control y registros de compras		INDIVIDUAL
Taller práctico		INDIVIDUAL
Gastos de bolsillo		INDIVIDUAL
Registro de cuentas por cobrar		INDIVIDUAL
Receso		INDIVIDUAL
Registro de cuentas por pagar		INDIVIDUAL
Pérdidas y ganancias		INDIVIDUAL



Desarrollo de contenidos de capacitación

Unidad I

Organización y planificación del emprendimiento

TEMA: EMPRENDER Y AVANZAR

Para que toda actividad que se realiza tenga un sentido o una dirección necesita del planteamiento de objetivos que en principio pueden ser muy pequeños medibles y posibles de alcanzar.

Así como los seres humanos nos planteamos pasar un año o semestre en la escuela o colegio, viajar en las vacaciones y de más, de la misma manera los negocios necesita ser encaminados a conseguir sus objetivos con la participación activa de cada uno de los miembros que lo conforman.

Los objetivos deben ser sencillos, claros y con la posibilidad de medirlos o determinar el grado de cumplimiento de los mismos.

Ejemplos de objetivos:

- Al final del año 2015 ofertar mis productos con un empaque apropiado.
- Aumentar el número de clientes
- Realizar una integración anual del personal
- Ahorrar el 50% de las utilidades de cada periodo.
- Al final del año 2015 el negocio va a generar una ganancia de ...x
- Dentro de dos años seré uno de los tres mejores negocios de Tachina en la venta de pescado frito

Definición de objetivos

Establezca objetivos para su emprendimiento (claros y realistas)	
OBJETIVOS MENSUALES	
OBJETIVOS ANUALES	

Razón de ser de mi emprendimiento y la expectativa de desarrollo

MISIÓN –VISIÓN

La misión: La misión de la empresa la podemos definir como la actividad que la empresa realiza indicando que se ofrece bajo que estándares

Ejemplo de misión:

Brindar en la ciudad de Esmeraldas productos alimenticios de calidad, elaborados por un equipo competente y comprometido con brindar un excelente servicio.

La visión: Es la proyección de lo que quiere conseguir, es lo que desea obtener en un tiempo determinado que no debe ser tan extenso y tampoco muy corto.

Ejemplo de visión:

Ser reconocidos como el negocio número uno en venta de comida típica de esmeraldas diferenciada por su buen nivel de servicio.

Los negocios independientemente del tamaño necesitan una razón de ser conocer que es lo que hacen, que ofrecen y que quieren conseguir ;permitiendo que tanto los dueños como los colaboradores se sientan comprometidos e identificado con la labor que hacen con el producto o servicio que prestan y con lo que juntos conseguirán en tres cuatro o más años .

La única manera de lograr esto es al establecer la misión y visión del negocio y al hacerlas conocer a los trabajadores sin importar que estos sean familiares.



REALIZAR LAS MISIÓN Y VISIÓN DE SU EMPRENDIMIENTO

MISIÓN

VISIÓN

Organización y administración del emprendimiento Estructura organizativa

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE MI EMPRENDIMIENTO	Organigrama del negocio Modelos de organigramas adaptados al negocio. Definición de Funciones de los miembros del emprendimiento.	2 HORAS	Computadora Participantes/ emprendedores hojas lápiz borrador

ORGANIGRAMA DEL NEGOCIO

A lo largo de la historia las familias y grupos de individuos han demostrado la importancia de mantenerse unidos para la consecución de objetivos y metas comunes.

El organigrama es la gráfica que muestra la relación de los departamentos de una empresa a través de las líneas de autoridad, es el esquema de la organización el cual se simboliza con rectángulos que indican las diferentes áreas y la visualización de aspectos como: posiciones o puestos dentro de la organización, como se agrupan las áreas y como fluye entre ellas la autoridad (Luis, 2010, pág. 99).

Las actividades organizadas permiten que todo mantenga su rumbo, sin la ejecución de una tarea por uno de los integrantes de un

grupo no se puede conseguir que el otro miembro ejecute su función, más aun cuando se habla de procesos productivos que de ninguna manera pueden separarse. Individuos que trabajan de forma grupal necesitan saber cuál es su estructura organizacional es decir la forma de organización que se debe manejar.

Sin embargo cada empresa es diferente en la actividad a la que se dedica, en la forma de conformarse y el número de integrantes que tiene por ende las estructuras organizacionales son diferentes. La estructura organizacional permite lograr la asignación de personas, las mismas que llevan a cabo tareas de forma personal y dividida.

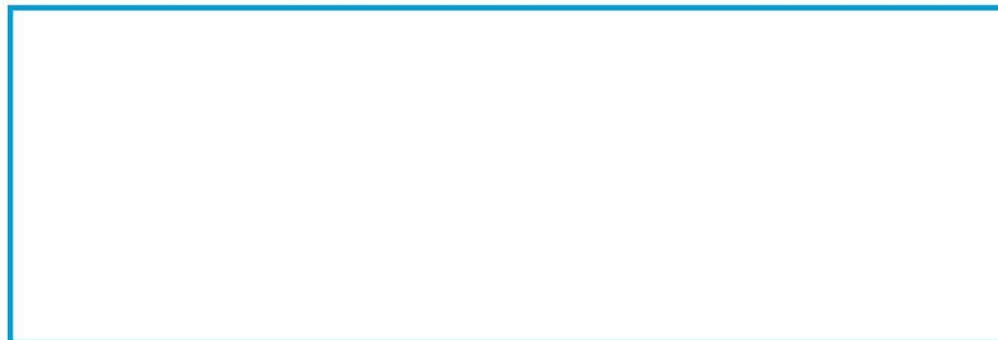
Modelo propuesto para emprendimientos



Segundo modelo organigrama del negocio



Elaboración del organigrama del negocio



Manual de funciones

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DEL EMPRENDIMIENTO	Manual de Funciones Modelo de Funciones	2 HORAS	Computadora Participantes/ emprendedores hojas, lápiz borrador, tijera, cinta, grapadora

DEFINIR LAS FUNCIONES

El tener un documento en el que se respalden las diferentes funciones que tiene los miembros de la organización se puede tener un control del cumplimiento de cada una de esas funciones y tareas específicas, permite que la persona se sienta identificada y por ende más comprometida a realizar su trabajo.

Con el manual al cual nos estamos refiriendo no únicamente se pueden determinar las funciones que debe realizar cada persona, sino más bien se puede tener una visión clara del rol que este desempeña, cuál es el cargo que esta ocupa, y el nivel al que pertenece.

Para que se desarrollen prácticas que permita el buen funcionamiento y por ende la eficiencia de la organización. Logrando que no se pierda tiempo por el hecho de existir actividades que las realizan dos personas de manera duplicada cuando únicamente deben ser tareas de una.

Otro de los beneficios es que como las funciones ya están divididas cada miembro se vuelve especialista en realizar sus actividades logrando así una mejora continua.

Ejercicio dinámico funciones de los miembros del emprendimiento

FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	TIORRE DE PAPEL (45 minutos)	Desarrollar en las participantes competencias y habilidades administrativas que ayuden al crecimiento del emprendimiento
----------------------------------	-------------------------------------	--

Acciones y Aprendizaje

NORMAS	SISTEMA DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none">-Conformar grupos de 5 personas.(4 minutos)-Cada grupo tendrá 1 minuto para organizarse, luego se procederá a crear las torres en un lapso de 30 minutos. <p>Luego se procederá a realizar la prueba de resistencia la cual consiste en ubicar una barra de goma sobre la torre de papel y esta debe soportar el peso, la que logre soportar el peso y sea la más alta será la ganadora. (15 minutos)</p>	<ul style="list-style-type: none">Trabajo en equipoDelegación de funcionesPlanificaciónOrganizaciónDirecciónControl <p>(20 minutos)</p>

MODELOS "MANUAL DE FUNCIONES" (Adaptado a pequeños emprendimientos)

CARGO	Administrador /responsable del emprendimiento.
NIVEL	Primer Nivel.
AUTORIDAD	No Aplica.
ROL	Llevar a cabo todas las actividades de planificación, organización y control del emprendimiento, tomando decisiones que contribuyan al funcionamiento oportuno guiando al personal, para cumplir los objetivos.
FUNCIONES PRINCIPALES	<ul style="list-style-type: none"> • Representar al emprendimiento de manera formal • Indicar las tareas que cada miembro debe llevar a cabo. • Plantear los objetivos a cumplir en cada periodo y cuáles eran los mecanismos para cumplirlos. • Revisar los cambios contables y los registros de las operaciones del emprendimiento. • Contratar el personal que será parte del negocio. • Examinar y construir el presupuesto. • Manejar y mantener las relaciones con proveedores de materias primas y demás recursos. • Promoverlas buenas relaciones laborales. • Motivar a los miembros del emprendimiento.

CARGO	Responsable Financiero
NIVEL	Segundo Nivel
AUTORIDAD	Administrador/responsable del emprendimiento
ROL	Optimizar los recursos económicos del emprendimiento de tal forma que tome las decisiones que contribuyan a generar mayor rentabilidad partiendo de los registros de ingresos y egresos del negocio.
FUNCIONES PRINCIPALES	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar los registros de compras del negocio • Controlar las ventas de productos por periodos establecidos. • Realizar presupuestos para publicidad. • Determinará las ganancias o pérdidas. • Controlar costos y gastos. • Realizar el registro de cuentas por cobrar y cuentas por pagar • Negociar con proveedores para mejores precios o promociones

CARGO	Responsable de producción.
NIVEL	Segundo Nivel.
AUTORIDAD	Administrador/ responsable del emprendimiento.
ROL	El encargado de producción debe encargarse elaborar los productos que se van vender partiendo de los registros históricos de ventas para determinar la cantidad necesaria a producir, bajo los estándares de calidad e higiene.
FUNCIONES PRINCIPALES	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar la producción del negocio. • Elaborar los diferentes tipos de productos que vende el negocio. • Cumplir con una adecuada manipulación de alimentos. • Optimizar los proceso de producción. • Realizar un constante aseo en el área de cocina.



18

Unidad II

TEMA: EL PROCESO PRODUCTIVO

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
PROCESO PRODUCTIVO	Definición Importancia Taller elaboración de sus proceso de producción	2 HORAS	Computadora Participantes/ emprendedores, hojas lápiz, borrador, esfero

Importancia de utilizar el proceso productivo como herramienta para la toma de decisiones

El proceso productivo se lo puede definir como la ejecución de múltiples acciones consecutivas con la que se busca la transformación de varios elementos para la consecución de los productos terminados.

Por este proceso de cambio y transformación arroja que estos elementos que ingresaron de una manera adquieran más valor al ser transformados en un producto que satisface un deseo u necesidad.

El sistema de producción con el paso del tiempo ha ido cambiando y mejorando en todas las industrias de manera general al incorporar la tecnología para la elaboración de los productos, invirtiendo en maquinarias que facilitan y agilitan el trabajo.

El conocer y cumplir con el proceso productivo ya establecido en un negocio permite que se pueda dar un producto de calidad, por el hecho que se evalúa si se está cumpliendo con todos los pasos del proceso de producción para obtener el producto que se espera.

Es necesario que se establezca porque si se realiza la contratación de nuevo trabajador este tiene bases establecida de cómo debe

elaborarse el producto que se vende. En muchas ocasiones puede ayudar a la reducción del tiempo ocioso o la mala distribución del tiempo para cada acción.

También se pueden controlar los tiempos de entrega de pedido puesto que ya se conoce el proceso de producción y el tiempo de toma la elaboración de un producto.



FODA ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL EMPRENDIMIENTO

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
ANÁLISIS FODA	FODA Significado Ejemplo Beneficios	2 HORAS	Computadora Participantes/ emprendedores, hojas lápiz, borrador, esfero

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE MI NEGOCIO (FODA)

- F: FORTALEZAS
- O: OPORTUNIDADES
- D: DEBILIDADES
- A: AMENAZAS

El FODA es una herramienta de excelente para analizar al negocio conociendo de esta forma la situación actual del mismo, todo lo que está a su alcance y puede ser aprovechado para mejorar, aquello que se debe cambiar y hacer de mejor manera para conseguir el desarrollo. El FODA permite dar una mirada a lo interno de la empresa y a lo externo de esta.

El análisis de lo interno lo obtenemos al conocer las FORTALEZAS Y DEBILIDADES y el análisis externo involucra las OPORTUNIDADES que se pueden aprovechar y la AMENAZAS a las que se exponen.

Las fortalezas están relacionadas con las actividades que realizo de manera eficiente, involucrando la calidad de los productos o servicios y todo representa una ventaja.

Las debilidades también son los factores internos de la empresa pero con la diferencia de ser aquellos factores negativos que no permiten que se consigan los objetivos que la empresa se plantea

Ejemplos fortalezas

- Personal calificado
- Experiencia
- Ubicación estratégica
- Precios competitivos

Ejemplo debilidades

- Mal ambiente laboral
- Mala calidad del producto
- Desconocimiento de prácticas administrativa
- Organización deficiente
- Carencia de publicidad

Los factores externos los constituyen las oportunidades y las amenazas, siendo las oportunidades de apoyo y beneficio a diferencia de las amenazas que son negativas para. Estos dos factores no son controlados por la empresa pero en el caso de las oportunidades si pueden ser aprovechadas.

Las oportunidades: representan los factores buenos que se pueden utilizar de forma favor-

able y que en muchos de los casos no están a simple vista, se identifican realizando un análisis del medio u entorno en el que nos encontramos.

Las amenazas: Su nombre mismo indica que este tipo de factores pueden atentar contra la continuidad de la empresa en el medio en el cual se encuentra.

ANALICE LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNO DE SU EMPRENDIMIENTO (FODA)

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

Unidad III

El mercado y la satisfacción de clientes

LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS

DINÁMICA	OBJETIVO	DESARROLLO
MUNDO EMPRESARIAL (20 minutos)	Conocer que los clientes son importantes para el sostenimiento de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Conformar grupos de 3 personas, donde dos de ellos serán la estructura de la empresa y el restante será el cliente. Conformando una secuencia de ratoneras para comenzar a rotar, es decir a cambiar de puesto cuando la autoridad lo indique (derecha - izquierda - ratón o terremoto (cambios en el mercado, alza de precios, nuevos competidores).

Por lo general las empresas afrontan varios desafíos en el entorno en el que se desenvuelve bien sea por la competencia o las exigencias de clientes, motivo por el cual de vital importancia que el responsable del emprendimiento se considere competidor.

Debe considerar que al igual que una planta necesita dedicación, tiempo y cuidados para que pueda crecer y dar el fruto que se espera de la misma manera el negocio necesita que se le dé el tiempo necesario para estar pendiente

de sus actividades, de su mantenimiento y del personal que tiene a cargo.

Es indispensable tener no solo una visión interna del negocio sino también externa dándole la importancia que se merece el mercado.

El mercado lo podemos definir el ambiente en el cual se presenta la oferta y demanda de productos y servicios involucrando al conjunto de competidores y clientes tanto actuales como potenciales.

LA INVESTIGACIONES DE MERCADO IMPORTANTE EN EL EMPRENDIMIENTO

Las investigaciones de mercado como bien el nombre lo dice son conocer que necesita o que prefiere el mercado, sin embargo estas deben realizarse posterior a la determinación de los que quiero investigar o conseguir y son importantes ya que dan conocimiento por ejemplo sobre: el grado de aceptación de un nuevo producto o del mejoramiento de uno ya existente. Esto se puede hacer al utilizar preguntas como: ¿le gustaría tener otra variedad de tortillas en el menú?, ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la atención o el producto ofrecido?

Otra manera de analizar el mercado es mediante:

La Observación

La observación puede realizarse tanto a los clientes como a los competidores. A los clientes al ver cuáles son sus acciones al momentos de llegar al negocio, sus gestos su comportamiento y preferencias.

Y con la competencia al visualizar ¿qué están haciendo mejor que mi negocio?

Toda la información que se obtiene al analizar el mercado es provechosa para ejecutar cambios, mejoras que beneficien al negocio y por ende generen mayor confianza y beneficios económicos al emprendimiento.

Atención al cliente en el emprendimiento

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (Gómez H. S., 2003, pág. 221).

Cuando un negocio cuenta con conocimientos para su administración también debe tener presente uno de los aspectos más importantes como es el trato al cliente, siendo este el pilar principal para que el cliente compre y recomiende a la empresa.

El efecto principal de la atención al cliente es aumentar el grado de satisfacción de sus necesidades y por tanto su fidelidad y continuidad en la empresa, además es un elemento de medida en diversos sistemas de gestión de calidad en la empresa. (Fernández, 2013).

Según una encuesta realizada por la agencia Quelch & Ash el 31% de los casos de mala atención al cliente se deben a causas pequeñas pero estas causas representan un peso específico que hacen bajar el nivel de calidad del servicio.

En la primera comunicación cara a cara con el cliente se tiene que poner en juego todas las habilidades para causar buena impresión, conseguir captar la atención del cliente desde el primer momento (Serrano, 2011).

La atención que se les debe dar a los clientes debe estar encabezada con un buen trato, mediante una conversación amable que logre sentir el cliente que en realidad nos interesa satisfacer su necesidad prestándole la atención necesaria.

Esta atención y trato cordial no debe venir únicamente por parte del propietario o responsable del negocio, o todo lo contrario por los trabajadores de este, más bien debe

ser dado por todos los miembros del emprendimiento.

Dar un saludo al momento que un cliente acude para efectuar una posible compra, o despedirse y preguntar ¿qué le pareció la comida? O manifestar "gracias por sus compra, que tenga un buen día" son cosas que pueden hacer la diferencia y lograr que el cliente se sienta motivado a regresar.

Otro buen aspecto de la atención es el estar atentos del ambiente y el espacio donde el cliente va a servirse los alimentos, controlando la salida de cada cliente para realizar la limpieza de las mesas y sillas para que pueda acceder otra persona al mismo espacio y encontrarlo de la manera adecuada. Si el cliente observa que no se encuentra organizado y limpio, puede no realizar la compra en su negocio e irse a la competencia.



EJERCICIO DINÁMICO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Conteste las siguientes pregunta sobre el tema atención al cliente escogiendo la letra que considere la correcta

Pregunta 1	Puntaje 10 puntos
Pregunta 2	Puntaje 10 puntos
Pregunta 3	Puntaje 20 puntos
Pregunta 4	Puntaje 25 puntos
Pregunta 5	Puntaje 35 puntos
TOTAL	100 PUNTOS

ATENCIÓN AL CLIENTE

Refiriéndonos a negocios y empresas la buena atención al cliente representa

- Dar un trato amable y cordial
- Dar un servicio de calidad
- Las dos anteriores

A
B
C

¿Cuándo podemos decir que se logró la satisfacción de los clientes?

- Cuando el cliente siente que le han satisfecho su necesidad
- Cuando el cliente se siente a gusto comprando
- Cuando al cliente le gusta los modales con que lo tratan

A
B
C

Las quejas en los negocios pequeños o de tipo familiar

- Permiten que la empresa pueda mejorar
- No tienen ninguna importancia, quitan tiempo y son molestas
- Ninguna de las dos anteriores es correcta

A
B
C

En que ayuda tener reglas o políticas de buena atención al cliente

- Ayudan a que todo el personal conozca la manera de atender a los clientes
- Ayudan a que solo el dueño o responsable del negocio sepa cómo atender al cliente

A
B

¿Cuál sería una forma para medir o controlar que se este dando una buena atención al cliente?

- Con la opinión que los clientes nos den
- Utilizando instrumentos escritos como encuestas de satisfacción
- Las dos formas antes indicadas

A
B
C

SOLUCIÓN EJERCICIO ATENCIÓN AL CLIENTE

Respuesta a la pregunta 1 C

La buena atención al cliente involucra la calidad del producto y servicio que se está ofreciendo acompañado de un trato cordial, con respeto y consideración.

Respuesta a la pregunta 2 B

La satisfacción llega a cumplirse cuando se le ha satisfecho la necesidad por la que el cliente acudió a nuestro negocio.

Respuesta a la pregunta 3 A

Se deben considerar importantes a las quejas de los clientes ya que es un indicador que no se está haciendo algo bien hay una molestia que afecta al negocio.

Respuesta a la pregunta 4 A

Las políticas o reglas de atención al cliente definen que trato o que se debe hacer cuando un cliente se presenta con alguna situación especial y deben ser de conocimiento de todos los miembros del negocio no únicamente de dueño.

Respuesta a la pregunta 5 C

Los negocios pueden medir la satisfacción con algunos instrumentos como los escritos o verbales.

Imagen y Publicidad

IMPORTANCIA DE LA IMAGEN Y PUBLICIDAD DEL NEGOCIO

Varios estudios concuerdan que lo que las personas pueden ver o leer en una imagen es algo que logra mayor permanencia en nuestras mentes, por tal motivo resulta importante preguntarse como dueño de un negocio ¿tiene mi negocio algo que lo distinga del resto de los demás?

El tema publicitario entra en el contexto del marketing y sin duda abre las puertas al mundo del reconocimiento del negocio, consigue en las personas la identificación de un producto o empresa, ya que éste juega con la parte visual logrando la permanencia más prolongada de una marca o logotipo en las mentes de los consumidores, y Vinrub (2009) lo menciona al decir "La marca permite que el cliente tenga una idea clara del concepto del negocio".

La imagen del negocio involucra la fachada, el rótulo donde está ubicado el nombre del negocio, carteles o anuncios que muestren los productos que se ofrecen.

EL RÓTULO PARA LA EMPRESA

Al igual que las persona tenemos una carta de presentación con el rostro, cabello, sonrisa el negocio también necesita de uno siendo en este caso el rotulo la principal carta de presentación de tu negocio; el rotulo muestra el nombre de su negocio con variedad de colores en algunos casos y con información gráfica que éste acorde al tipo de negocio que representa.

El rotulo del negocio no debe ser considerado como un gasto, más bien debe representar una inversión rentable siempre y cuando sea el adecuado y comunique lo que se quiere.

La única manera de que el cliente pueda conocer un negocio es reconociéndolo por su nombre, diferenciándolo con una imagen y frase que llame la atención.

El tema promocional va de mano con la publicidad es una forma más de lograr la atención del cliente y la fidelidad del mismo. Varios factores son los que repercuten en que un negocio pueda tener una clientela estable y que adquiera más con el tiempo, entre estos factores importantes está el tan mencionado como:

- El trato a los clientes
- La imagen y publicidad que involucra todo lo que el cliente puede ver de su negocio
- El producto o servicio que se esté ofertando el mismo que exige calidad y buen precio



EJERCICIO DINÁMICO

Piense en varias alternativas que puede utilizar para hacer publicidad a su negocio y que están a su alcance (tarjetas de presentación, letreros, cartas de menú.

¿Qué colocaría en su letrero?/imágenes, símbolos, letras, etc

¿Por medio de qué presentaría el menú disponible y los precios de los platos que brinda su negocio? (letreros, cartillas, pizarras)

¿Qué tipo de promociones puede hacer para atraer más clientes? (combos familiares, oferta combinadas ,degustaciones de productos)



28,

Unidad IV

La contabilidad importante para los emprendimientos

TEMA: REGISTRO DE LAS OPERACIONES DE LA EMPRESA.

Es necesario que todo tipo de negocio, empresa, emprendimiento y pequeño empresario lleve un registro de las operaciones que realiza para mantener un control de tal manera que se puedan tomar las mejores decisiones a la hora de establecer por ejemplo precios de venta de acuerdo a sus costos.

El mantener un registro de las operaciones del negocio ayuda a separar los gastos ocasionados de forma personal o familiar de los que se adquieren por motivo único de las actividades del negocio.

También permite determinar las necesidades de acceder a un crédito, aumentar el número de ventas, cambiar de proveedores por cuestiones de costos, y en el caso de manejar ventas a crédito realizar el control de su cobro. El manejo de este registro de actividades tales como compras, ventas, costos es el modo más simple de saber si se está obteniendo ganancia o pérdida en un periodo determinado

EJERCICIO DINÁMICO

Piense en las actividades que realiza comúnmente en su emprendimiento y enumérelas: elaborar los productos, vender, pagar,tc

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

SEPARANDO EL DINERO

Se necesita tener un control para separar el dinero de la empresa de los gastos personales o de la familia que puedan presentarse porque esto puede ocasionar que el registro en muchos de los casos nos arroje un valor faltante que perjudica al negocio.

como los gastos de bolsillos que si no son controlados pueden disminuir las posibilidades de poder realizar inversiones en el negocio para el oportuno progreso de este.

Al igual que se deben distinguir estos dos aspectos también se puede dar atención a los llamados gastos personales que tenemos y que en muchas ocasiones son determinados

REGISTRO DE LAS VENTAS DEL NEGOCIO

Al igual que se tiene un registro de las compras de materias primas y costos en los que incurro para llevar a cabo la actividad, también se deben registrar las ventas que se realizan de los diferentes productos que se ofrecen para de esta manera poder determinar si se obtuvo una ganancia o pérdida en un determinado periodo, conociendo así no que se destina la ahorro y que se reinvierte.

Las venta no siempre se realizan al contado por ende es importante colocar el apartado de ventas a créditos por si en algún caso esta se presenta, considerando que la memoria es frágil y podríamos obviar en algún caso una venta lo que nos generaría inconvenientes.

Las ventas: son aquellas que forman generan los ingresos totales del negocio al sumar las

ventas que se realicen por cada producto que se vende incluyendo las bebidas.

Para el registro de las ventas se necesita colocar:

Fecha: Cuando se realizó la venta.

Descripción: En el caso de ser a crédito es indispensable colocar el nombre del cliente y en el otro caso los productos y los precios de estos.

Venta al contado: Se escriben las que son pagadas en ese momento.

Venta acreditado: Se escriben las ventas que el cliente no paga en ese momento.

EJERCICIO PARA REGISTRO DE VENTAS

Practique registrando las siguientes transacciones en el formato de ventas.

Restaurante "la sazón"

- El 2 de agosto del 2015 se venden 10 platos de carne asada a \$2,00 c/u.
- El día viernes 10 de agosto del 2015 se vender 25% platos de pollo al jugo a la escuela Esmeraldas a un precio de \$2,00 cada uno nos pagan la mitad y el saldo el sábado 11.
- El 16 de septiembre se venden 50 bolones de verde a \$2,50 cada uno.

PLANTILLA REGISTRO DE VENTAS

FECHA	DESCRIPCIÓN	VENTA AL CONTADO	VENTA A CRÉDITO	ABONO	SALDO
TOTAL					

REGISTRO DE LA CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar necesitan de un registro con datos más específicos considerando que la memoria es frágil además permitirá que no se presenten contradicciones a la hora de realizar los cobros y de esta manera mantener las relaciones con los clientes.

PLANTILLA CUENTA POR COBRAR

Realice el registro de la cuentas por cobrar del ejercicio anterior

CUENTA POR COBRAR

NOMBRE (persona o institución a quien realizarle el cobro)-----

• Teléfono -----

• Dirección -----

Fecha	Descripción	Total deuda	Abono	Saldo
-------	-------------	-------------	-------	-------

REGISTRO LAS CUENTAS POR PAGAR

Al igual que las cuentas por cobrar son importantes registrarlas para determinar los valores a ser cobrados, las cuentas por pagar también necesitan de un registro y control dando seguimiento a las operaciones que en este caso se manejan con el proveedores o los proveedores ya que muchos casos los pagos no los hacemos al contado sino que a crédito. Es recomendable manejar un cuadro o plantil-

las por cada uno de los proveedores que se tenga de tal forma que no puedan existir confusiones.

Es necesario que la ficha de registro contenga el nombre del proveedor, una descripción del artículo o los artículos que no entregan, direcciones y números telefónicos.

PLANTILLA CUENTA POR PAGAR

Realice el registro de la cuentas por cobrar del ejercicio anterior

CUENTA POR PAGAR

NOMBRE DEL PROVEEDOR(empresa proveedora) -----

• Teléfono -----

• Dirección -----

Fecha	Descripción	Total deuda	Abono	Saldo
-------	-------------	-------------	-------	-------

GANANCIA O PÉRDIDA

Para determinar las ganancias o pérdidas se deben conocer los ingresos totales y costos totales, considerando los diferentes tipos de productos que la empresa vende.

Es necesario que los registros sean transparentes de tal modo que la información arrojada por esto sea confiable y clara para tomar decisiones.

Sin embargo un aspecto negativo pero que se puede presentar en algún caso por un mal manejo o cambios en el entorno empresarial es la llamada pérdida a la que se debe prestar atención ya que esta no permite recuperar los valores invertidos para generar la actividad de ventas.

INGRESOS TOTALES - COSTOS TOTALES:

GANANCIA O PERDIDA

INGRESOS TOTALES - COSTOS TOTALES:

+ PRODUCTO X
+ PRODUCTO Y
+ PRODUCTO Z

+ COSTO MATERIA PRIMA
+ SUELDOS
+COSTOS GENERALES



Historias de Emprendedoras

Doña Ya

— Tortillas de Choclo —



HISTORIA DEL EMPRENDIMIENTO TORTILLAS “DOÑA YA”

La propietaria del emprendimiento la Sra. Yeni Yaqueline Velazco Alcívar, tiene 53 años de edad, goza 4 hijos, y luego de que su esposo falleciera vio la necesidad de trabajar, ya quien el que laboraba dentro de su hogar era su esposo y ella era ama de casa y cuidaba de sus hijos.

INICIO DEL EMPRENDIMIENTO

Este emprendimiento se inició hace 5 años en el 2011, sus inicios sobre este emprendimiento empezó dentro de su hogar haciendo tortillas de choclo para sus familiares, poco a poco fue evolucionando este negocio que si tuvo buena

acogida por parte de sus vecinos y personas cercanas, y este fue el punto donde decidió ya

hacer las tortillas de choclo para el público en general colocando sus materiales de trabajo fuera de casa, tiene proveedores que le facilitan la materia prima a crédito y así pudo empezar a emprender y salir adelante.

Este emprendimiento es su fuente de ingreso y mantiene su hogar.

Su inversión inicial fue de 200 choclos a 24 dólares; aparte 100 dólares para comprar los demás ingredientes. Parte de sus ingresos y consiguiendo créditos, ha invertido en su negocio accediendo a materiales de cocina, máquinas, electrodomésticos y los perfeccionamientos de la imagen para mejoras del emprendimiento, y gracias a sus ventas ha podido pagar deudas e implementar de a poco materiales directos en su emprendimiento.

Planes a futuro tiene iniciativa de promocionar un nuevo producto como lo es la torta de maíz y complementar las tortillas de choclo, desea engrandecer su negocio y poder tener su local para que los clientes estén cómodos, este negocio tiene la ventaja de estar en la vía principal del Tachina.



PREPARACION DE LAS TORTILLAS

Despojar el maíz; Desgranarlo y; Molerlo.

Parte de los ingredientes son:

Leche, mantequilla, huevo, queso, cebolla blanca, yerbita.

VENTAS

De una olla con la preparación de las tortillas hace 30 dólares.

- Los días de semana venden 1 o 2 ollas diaria;
- Fines de semana "Domingos" de 2 ollas y hasta 5 ollas.

PRECIOS

- 1 tortilla 35ctvs
- 3 tortillas por 1 dólar





Doña Ya

Tortillas de Choclo





HISTORIA DEL EMPRENDIMIENTO BATIDOS “LORELEYS”

INICIO DEL EMPRENDIMIENTO

Empezó con este emprendimiento hace 2

años en el 2014, sus inicios fueron accediendo a un mini bazar vendiendo bebidas, luego tuvo la idea de vender batidos y salchipapas porque vio la necesidad que en este sector no habían estos productos a la venta, luego implemento los maduros y choclos.

Esta emprendedora poco atiende los días de semana porque mencionó que no existe mucha venta pero los días con mayor venta son los fines de semana.

Su inversión inicial fue de 20 dólares y poco a poco compraba lo que hacía falta los días siguientes en cuanto a los alimentos, se endeudo de a poco con sus materiales de trabajo.

VENTAS

15 dólares diarios entre todos sus productos.

PRODUCTOS DE VENTA Y PRECIOS

Batidos 1.25

Maduros con queso y maní .0.50

Choclos 0.50







Sra. Evelyn Yulisa Alvaro Velazco.

HISTORIA DEL EMPRENDIMIENTO “PUNTO AZUL”

INICIO DEL EMPRENDIMIENTO

Empezó con este emprendimiento hace 12 años inicia con maduros y choclos con queso luego implementa en este emprendimiento comidas rápidas, asados ya que el sector donde se encuentra es turístico y hay que darles variedad a los clientes.

Los tipos de clientes que frecuentan el emprendimiento son esmeraldeños y de varias ciudades costa y sierra del Ecuador y extranjeros que visitan estos lugares turísticos en los distintos feriados que se tienen. Sus días donde realizan más ventas en días de semana son los lunes y jueves, fines de semana.

Su inversión inicial fue de 5 a 10 dólares con la compra de racimos de verde con el producto de los maduros con queso, paso el tiempo y decidieron implementar los diferentes productos.

En la actualidad sus ingresos son buenos que benefician a toda la familia.

La materia prima la consiguen en el mercado municipal de la ciudad, donde tiene su proveedor que les beneficia de los productos.





INGREDIENTES

Aliños para las carnes:

- Ajo, yerbita, pimienta, sal, limón, mantequilla, sazón, huevos.

Para los choclos y maduros

- Queso, mayonesa casera.

Para las ensaladas

- Lechuga, pepino, tomate, cebolla, limón, sal.

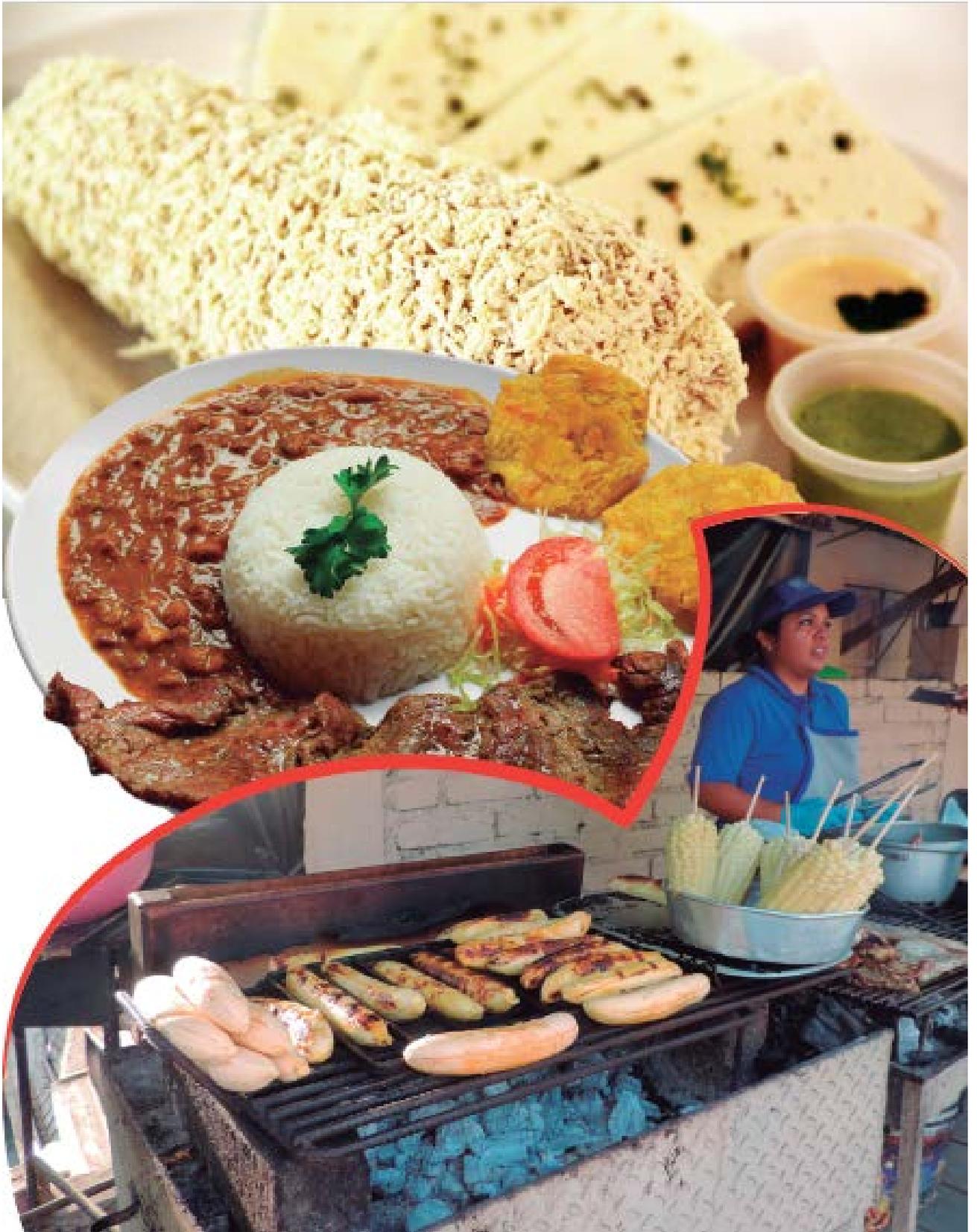
VENTAS

100 a 200 dólares entre todos sus productos.

PRODUCTOS DE VENTA

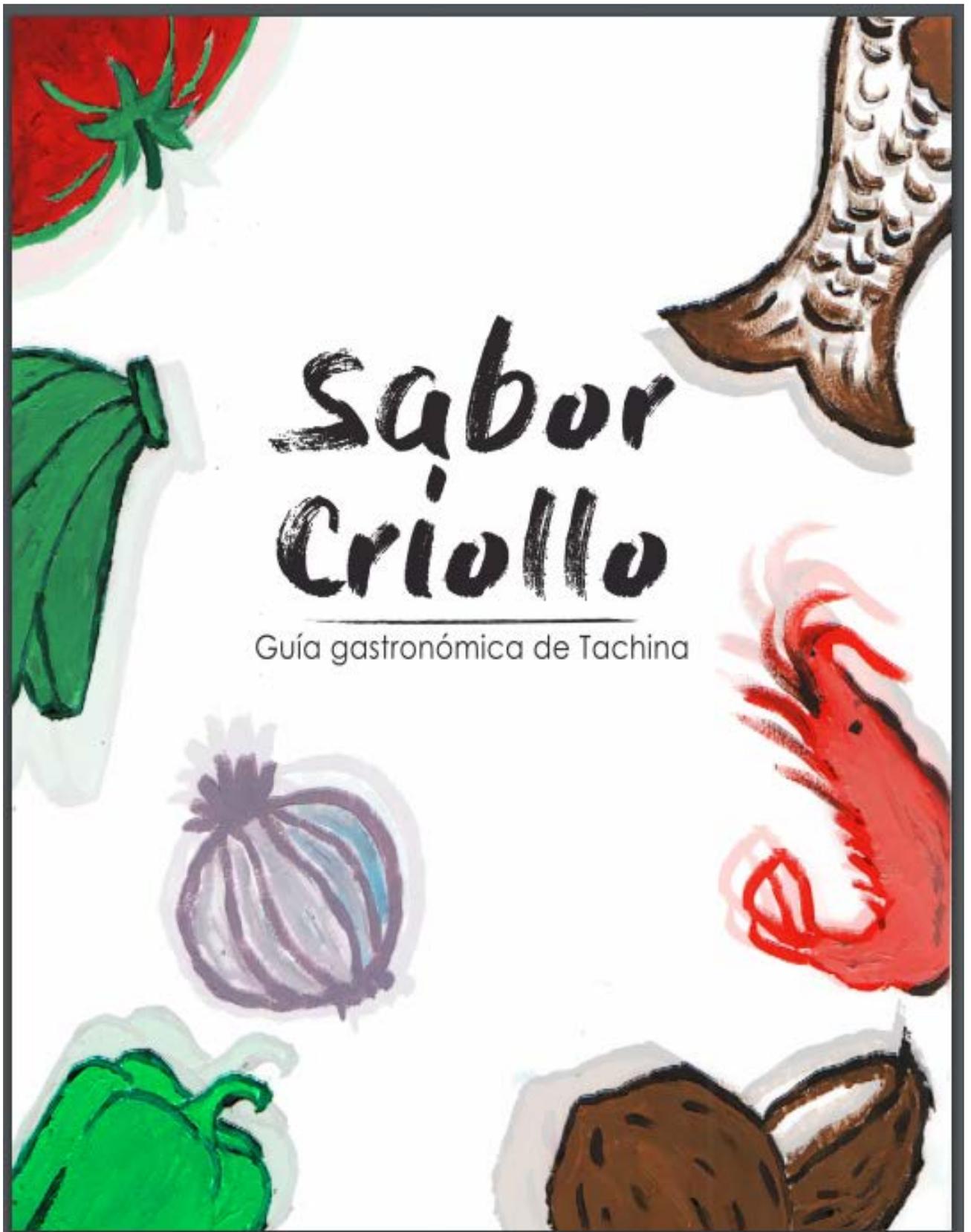
- Chuzos de carne, de pollo con ensalada y chorizo
- Alitas
- Choclo con queso
- Maduro con queso y maní





Anexo 10: Ficha de observación para valoración del plan de fortalecimiento

Aspecto Valorado	Doña Ya	Asados Doña Erika	Loreleys	Punto Azul	Asados Shanely
Normas de Higiene					
Ganancia de la actividad económica					
Promoción del emprendimiento					
Controles administrativos					
Control de clientes					



Sabrina Marcllo
DIRECTORA

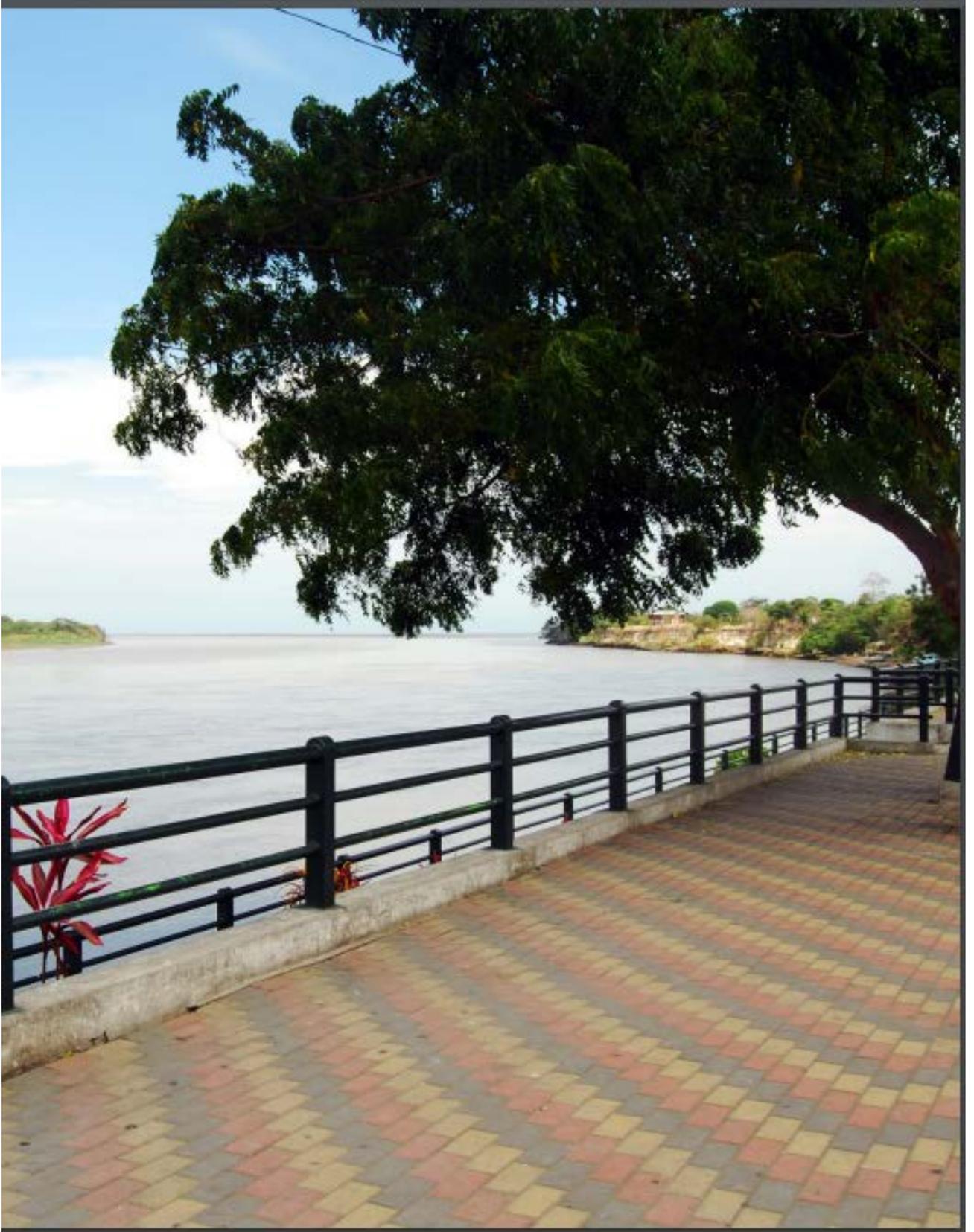
Joyce Guerrón Arriaga
REDACCIÓN

Joyce Guerrón Arriaga
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Joyce Guerrón Arriaga
ILUSTRACIÓN Y PORTADA

Joyce Guerrón Arriaga
Roxana Sandoval
Jazmine Reina
Daniel Celleri
FOTOGRAFÍA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS
(Espejo y subida Santa Cruz)
Telf: 721-983





Historia de Tachina

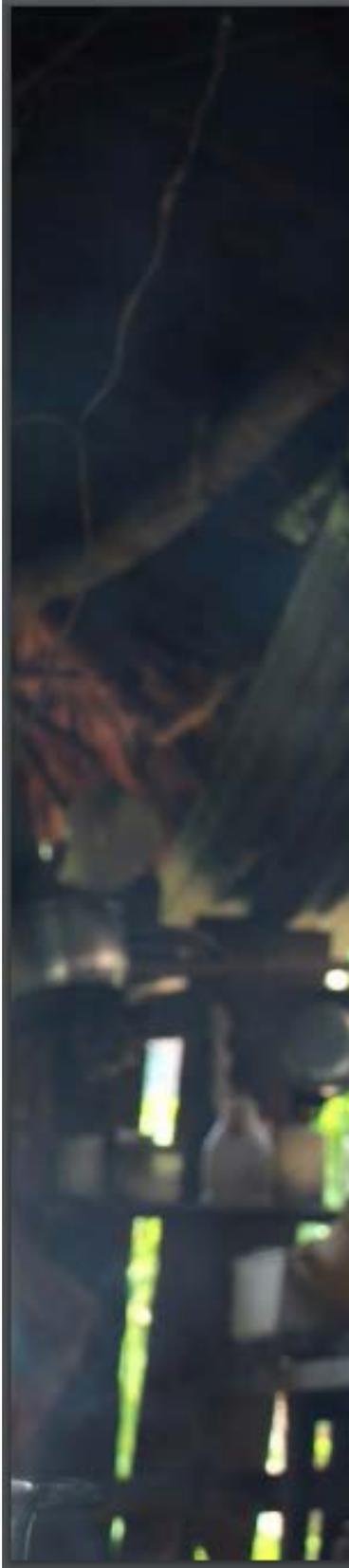
La parroquia Tachina es una de las parroquias rurales del cantón Esmeraldas, localizada en la zona nor occidental del país.

Tiene una distancia de la cabecera cantonal de 7 km. recorrido que tarda alrededor de cinco minutos.

Cuenta con una vía de primera orden interoceánica, unida por los puentes sobre el río Esmeraldas.

La parroquia Tachina, tiene registros desde años de 1900, en los territorios de lo que hoy es Tachina, mismos que pertenecieron a las haciendas familiares del Coronel Carlos Concha Torres, ubicadas a lo largo de los ríos Teoane, Esmeraldas y Víche.





Historia detrás del sabor

Suliana Rúa oriunda de la parroquia Tachina de la ciudad de Esmeraldas, de una familia agricultora y comerciante, estudió el oficio de la cocina.

Al culminar sus estudios secundarios se incorporó al negocio familiar junto a su hermana mayor.

En el 2013 logró abrir su negocio de Choclos y maduros con queso en la Av. Río verde, calle principal llamado "Suleni". Trabajadora, alegre y generosa, no duda en transmitir su buena vibra a sus clientes.

En la actualidad el negocio es atendido por sus propietarias, de lunes a domingos. Sus platos están hechos con el toque del carbón.



Maduro con queso

Ingredientes:

- 6 Plátanos maduros.
- 1 Cucharadas de mantequilla derretida o aceite, puede usar menos si prefiere.
- 6 Tajadas gruesas de quesillo, puede usar mozzarella u otro queso que se derrita con facilidad.





Preparación:

- 1 Pre-calentar el horno a 400 F.
- 2 Pelar los plátanos maduros, póngalos en una bandeja para hornear y frótelos con la mantequilla o el aceite.
- 3 Hornear durante 30 minutos, luego volteeles y hornee durante otros 15 a 20 minutos o hasta que estén dorados por ambos lados.
- 4 Sacar los plátanos del horno, haga una incisión horizontal en la mitad de cada plátano, y rellénelos con las tajadas de quesillo.
- 5 Dejar que el queso se derrita y sívalos inmediatamente, con o sin mani de acuerdo a su preferencia.





Pincho de carne

Ingredientes:

- 1 Libra de carne de res, fileteada
- 1 Limón
- 6 Dientes de ajo
- 2 Cucharadas de achiote molido
- 1 Cucharadita de comino molido
- Sal y pimienta al gusto





Preparación:

- 1 Hacer una mezcla con aceite y especias.
- 2 Agregar la carne a la mezcla de aceite y déjala reposar.
- 3 Cortar los pimientos.
- 4 Armar los pinchos.
- 5 Colocar en la parrilla.



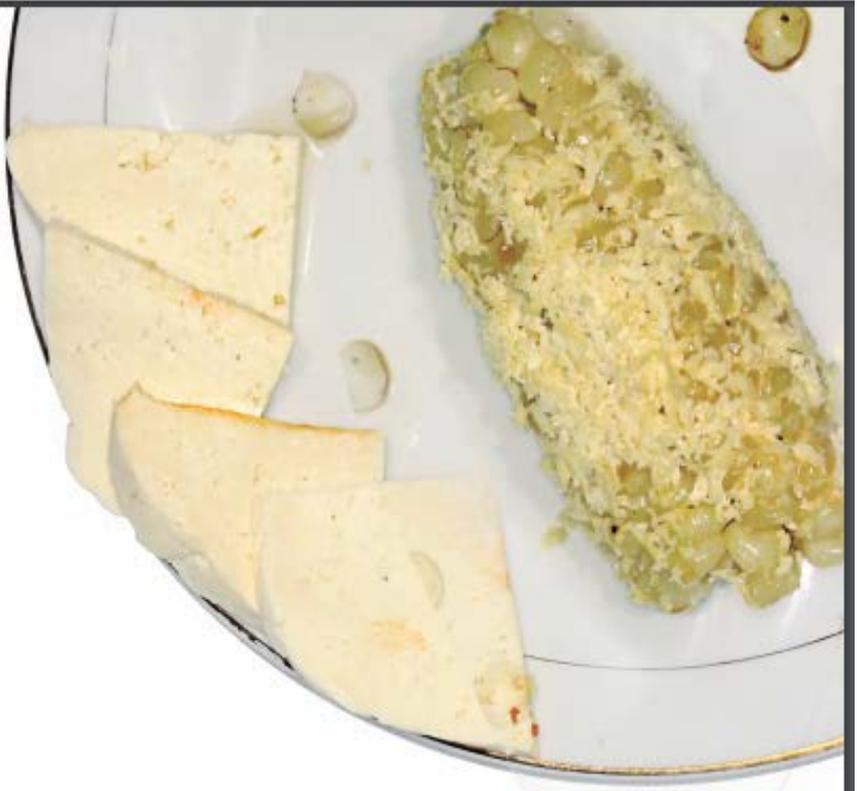


Choclo Con Queso

Ingredientes:

- 1 Choclo o maíz asado a la parrilla.
Mantequilla o aceite para frotar.
Queso al gusto





Preparación:

- 1 Pelar y limpiar los choclos o mazorcas de maíz.
- 2 Cocinar los choclos en agua hirviendo durante 2-3 minutos.
- 3 Remojar los choclos en agua fría durante un par de horas antes de asarlos.
- 4 Frotar con la mantequilla o aceite.
- 5 Agregar queso desmenuzado.

Servir al gusto.





MUCHÍN DE YUCA

Ingredientes:

- 2 Libras de yuca rallada
- 2 Yemas de huevo
- 2 Huevos cocidos
- 1 Libra de carne de cerdo o de res picada
- 1 Cebolla paitaña picada en cuadraditos
- 2 Cucharaditas de perejil
- 2 Cucharaditas de culantro
- Aceite, sal, pimienta y comino al gusto.





Preparación:

- 1 Hacer un refrito, agregar la carne picada y dejar freír.
- 2 Agregar aceite y refría añadiendo los huevos.
- 3 Rallar la yuca y dejar escurrir sin exprimirla.
- 4 Añadir sal y 2 yemas de huevo y aceite hasta tener una mezcla homogénea.
- 5 Formar pequeñas porciones de masa y rellénelo con la carne dándole forma ovalada y fríalos con aceite caliente.



42



TORTILLA DE CHOCLO

Ingredientes:

- 2 Libras de choclo tierno
- 2 Huevos
- 1 Libra de quesillo
- 4 Cucharas de azúcar
- 1 Cucharadita de sal
- 2 Oz. de mantequilla

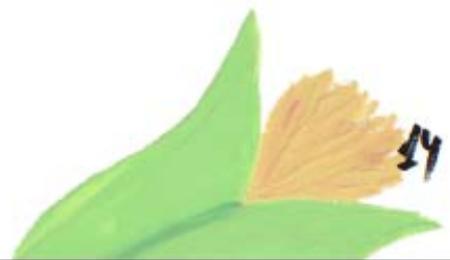




Preparación:

- 1 Moler o licuar el choclo.
- 2 Agregar los ingredientes.
- 3 Batir los ingredientes.
- 4 Colocar la mezcla en el sartén humedecido con mantequilla.
- 5 Agregar en el centro de cada tortilla un poco de queso.

Servir al gusto





PESCADO FRITO

Ingredientes:

Filete de pescado o pescado entero (puede usar corvina, guaju, camofillo, lisa, carita)

- 3 Pepas de ajo
- 1 Cucharadita de comino
- 1 Cucharadita de sal
- 1 Cucharadita de mostaza
- Aceite suficiente para freír





Preparación:

- 1 Mezclar los condimentos.
- 2 Aliñar el pescado entero o el filete.
- 3 Empapar con la mostaza.
- 4 Añadir harina para crear una costra más crujiente.
- 5 Colocar el filete o el pescado y freír hasta que se dore por ambos lados.
- 6 Para servir puede acompañar con arroz graneado. Además, ensalada de lechuga, cebolla curtida, aguacate y patacones fritos.







Historia detrás del sabor

Verónica Rodríguez nació en una numerosa y pobre familia, de alrededor de cinco hermanos.

Nació en la parroquia Tachina (Esmeraldas).

Empezó ayudando a su madre en su restaurante atendiendo a los clientes, años después decidió tener su propio negocio de comida, y desde entonces han transcurrido diez años de un arduo labor culinario.

18



CALDO DE GALLINA

Ingredientes:

- 1 Cebolla paitaña
- 4 Dientes de ajo
- 1 Cucharadita de comino, 1
- 1 Cucharadita de pimienta, sal; se muele todos los ingredientes con un poco de agua)
- 1 Cucharadita de orégano seco
- 1 Tomate mediano
- 1 Taza de arroz blanco
- 7 Tazas de agua
- 1 Gallina (tres o cuatro libras)





Preparación:

- 1 Despresar la gallina.
- 2 Lavar las presas.
- 3 Colocar las presas en las tazas de agua fría.
- 4 Añadir las especies.
- 5 Cocinar a fuego lento.
- 6 Constatar el sabor.
- 7 Añadir el oregano.





SECO DE GALLINA

Ingredientes:

- 6 Libras de gallina.
- 6 Cucharadas de aceite.
- 2 Cebollas coloradas.
- 10 Dientes de ajo enteros.
- 4 Dientes de ajo machacados.
- 1 Cucharada de achiote molido.
- 8 Tomates.
- 3 Pimientos.
- 1 Manojito de Cilantro o culantro.
- 1 Manojito de perejil.
- 1 Cucharadita de orégano.
- Hojas de laurel
- Sal y pimienta al gusto.
- 2 a 4 Tazas de cerveza, ajuste de acuerdo al espesor que Ud. prefiera.



Acompañantes

- Aroz amarillo
- Plátanos maduros fritos
- Papas enteras doradas en mantequilla
- Rodajas de aguacate
- Una ensalada pequeña



Preparación:

- 1 Licuar los ingredientes hasta obtener un puré.
- 2 Calentar el aceite en una olla grande para preparar un refrito.
- 3 Añadir las presas de pollo y cocine hasta que las presas se empiecen a dorar.
- 4 Colocar el puré y cocine a fuego lento
- 5 Añadir sal y pimienta al gusto.





CALDO DE BAGRE

Ingredientes:

- 500 Gr. de yuca.
- 1 Cucharadita de cilantro picado.
- 2 Dientes de ajo.
- 1 Cabeza de bagre.
- 500 Gr. de bagre en rodajas.
- 2 Tomates.
- 2 Cucharadas de aceite.
- Comino y sal al gusto.





Preparación:

- 1 Preparar el refrito en una olla con aceite.
- 2 Agregar la cabeza de bagre lavada y los aliños.
- 3 Retirar la espuma de la superficie y cocine durante 40 minutos.
- 4 Cienir el caldo en un colador fino y coloquelo en otra olla.
- 5 Añadir yuca cortada en trozos.
- 6 Cuando la yuca esté suave, añada las rodajas de pescado y cocine a fuego suave durante 10 minutos.







Historia detrás del sabor

La propietaria del emprendimiento la Sra. Yeni Yaqueline Velazco Alcívar, tiene 53 años de edad, goza 4 hijos, y luego de que su esposo falleciera vio la necesidad de trabajar, ya quien el que laboraba dentro de su hogar era su esposo y ella era ama de casa y cuidaba de sus hijos.

Este emprendimiento se inició hace 5 años en el 2011, sus inicios sobre este emprendimiento empezó dentro de su hogar haciendo tortillas de choclo para sus familiares, poco a poco fue evolucionando este negocio que si tuvo buena acogida por parte de sus vecinos y personas cercanas, y este fue el punto donde decidió ya hacer las tortillas de choclo para el público en general colocando sus materiales de trabajo fuera de casa.



ENCOCADO DE PESCADO

Ingredientes:

- 2 Libras de pescado
- 4 Dientes de ajo
- 2 Cabezas de cebolla palteña
- 1 Lata de leche de coco
- 2 Limones grandes
- Sal, pimienta, y comino al gusto





Preparación:

- 1 Limpiar el pescado bien.
- 2 Saltear y ponerlo limón, dejar macerar por media hora.
- 3 Hacer un refrito y mezclar con la leche de coco hasta que espese.
- 4 Añadir el pescado y taparlo hasta que se cocine
- 5 Colocar más leche de coco.
- 6 Servir con patacones y arroz blanco.





ENCOCADO DE GUANTIA

Ingredientes:

- | | |
|--|--|
| 4 Libras de carne de guanta cortada en trozos pequeños | 4 Cucharadas de culantro picado |
| 1 Litro de chicha o de vinagre de guineos | 2 Cucharadas de chillangua o cilantro picado |
| | 1 Aji picado |
| Refrito: | 1 Cucharada de ajo machacado |
| 2 Cebollas paitañas picadas finamente | 2 Cucharadas de maní tostado |
| 2 Cucharadas de cebolla blanca picada | 4 Cucharadas de aceite con achiote |
| 2 Tomates picado | Sal y comino |
| 2 Pimientos picados finamente | |





Preparación:

- 1 En un recipiente hondo coloque la carne.
- 2 Añadir la chicha o el vinagre de guineos hasta cubrirla bien
- 3 Deje reposar durante dos horas (120 minutos).
- 4 Prepare un refrito con todos los ingredientes.
- 5 Agregar la carne
- 6 Mezcle bien todo y deje cocinar a fuego lento hasta que esté suave.





ENCOCADO DE CAMARÓN DE RÍO

Ingredientes:

4 litros de camarón
12 trozos de maduro cocinado
100 Gr. de harina, sal

SALSA:
2 cocos rallados
Y licuado en agua de coco mismo
½ litro de crema de leche
250 g de azúcar
2 tazas de agua

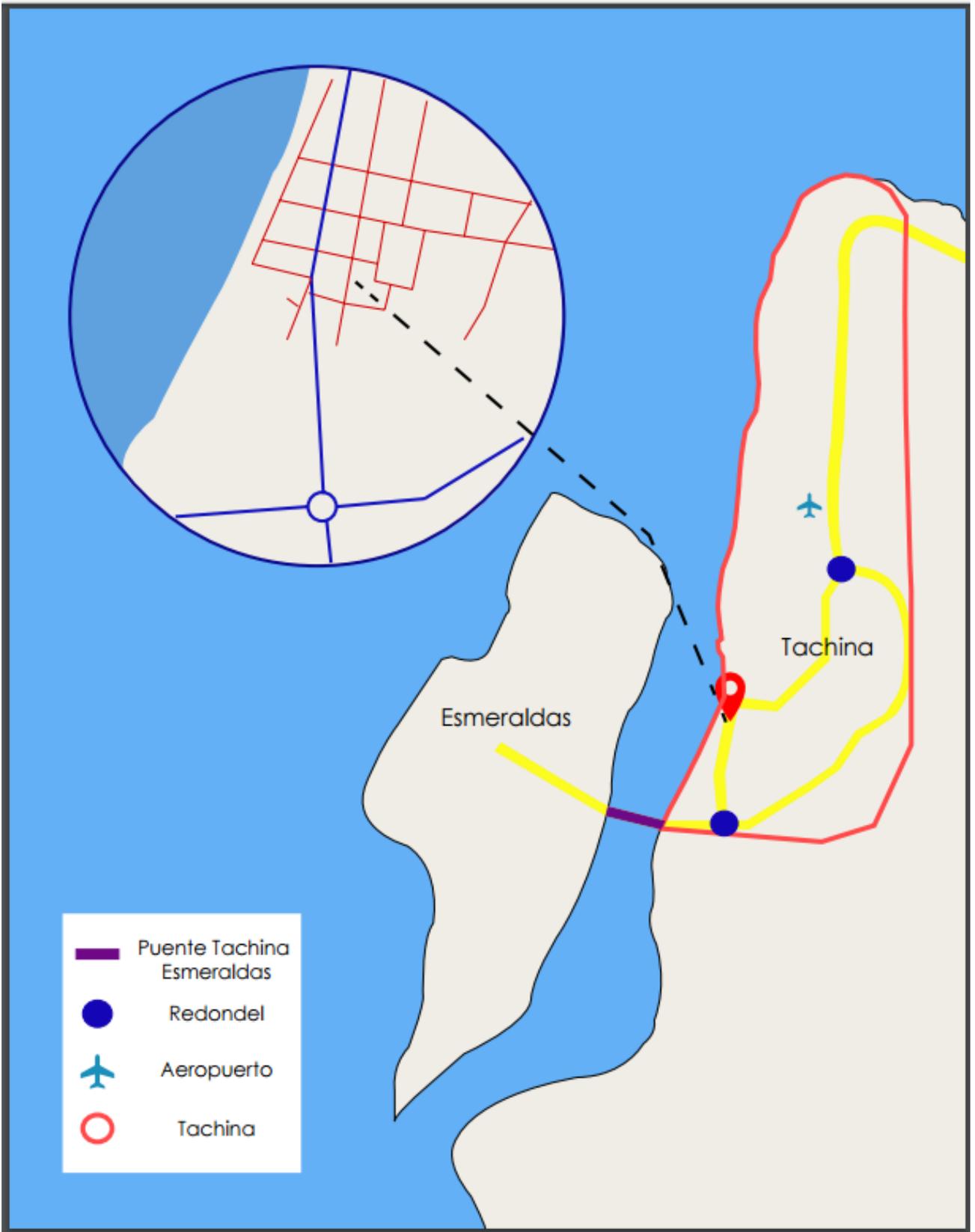


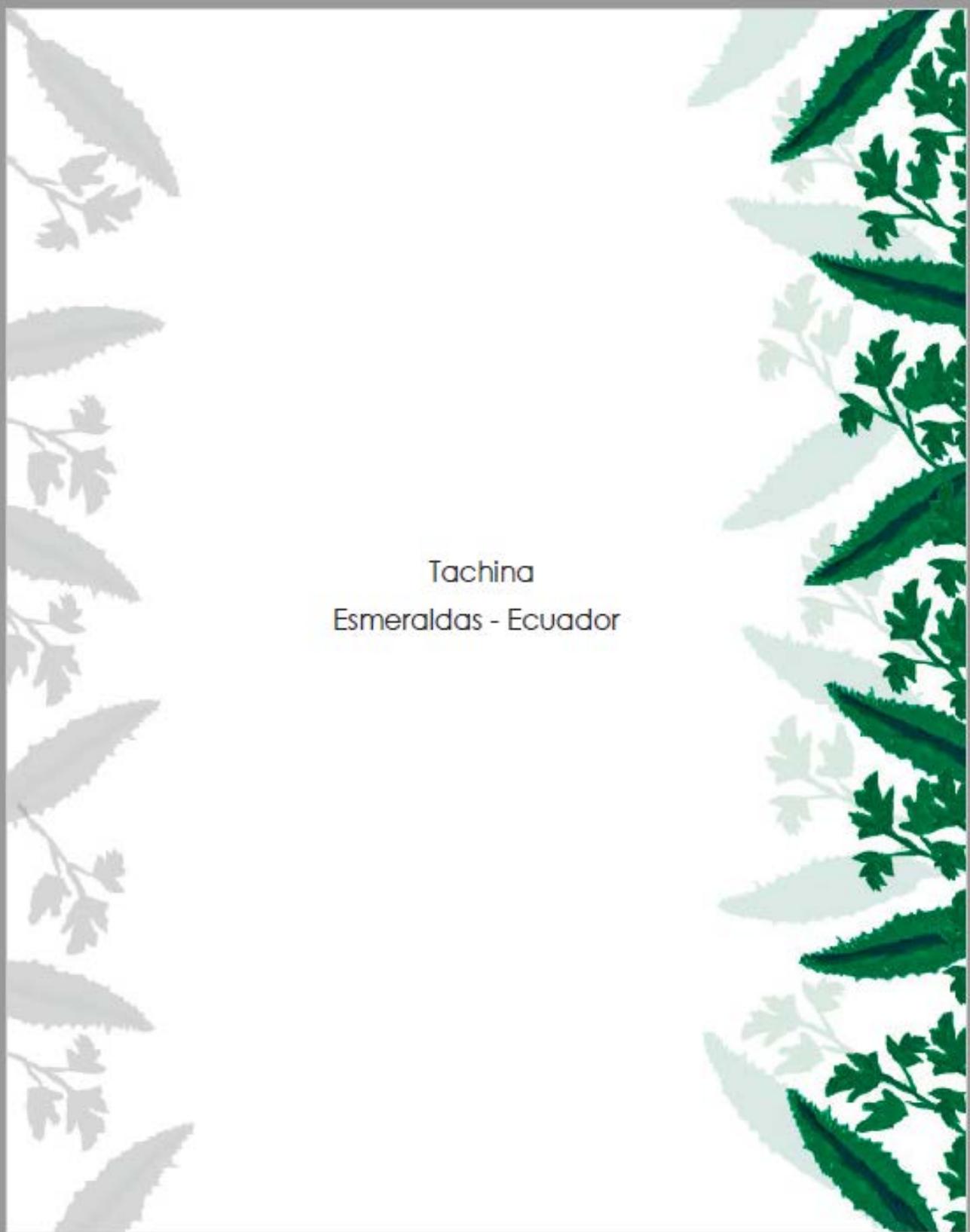


Preparación:

- 1 Licuar le coco exprimiéndolo bien.
- 2 Poner la leche en una olla.
- 3 Agregar crema de leche.
- 4 Dejar que hierva, luego agregue la harina disuelta en agua, batida con fuerza para que no quede grumosa, agregue los camarones y darte un hervor.







Tachina
Esmeraldas - Ecuador

Anexo 12: Fotografías del trabajo de campo



**Reunión de Coordinación con la Autoridades del GAD
Parroquial Tachina**



Finalización del Módulo de Atención al Cliente



Formación de Higiene y Manipulación de Alimentos



Formación de Organización



Durante el período de acompañamiento "Punto Azul"



Durante el período de acompañamiento "Doña YA"



Durante el período de acompañamiento “Shanelly”



Durante el período de acompañamiento “Loreley”



Durante el período de acompañamiento “Doña Erika”



Entrega de indumentaria