

PROPUESTA DE UNA METODOLOGÍA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL PARA LA COMUNIDAD DE LIMONCOCHA

Miguel Humberto Muriel Páez
✉ miguel.muriel@uisek.edu.ec
Universidad Internacional SEK
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

RESUMEN

El objetivo de este trabajo fue el determinar los factores que limitan el emprendimiento social en la comunidad de Limoncocha, provincia de Sucumbíos, cuya muestra para estudio fueron 54 habitantes, entre ellos emprendedores y no emprendedores, con una mayoría notable de emprendedores. Dentro de las herramientas a usarse estuvieron: búsqueda bibliográfica, entrevista con expertos, entrevistas y encuestas. Dando como resultado, que la autopercepción de cada individuo incide en su resistencia al riesgo, se considera al dinero como factor limitante y tanto infraestructura como servicios básicos son el punto crítico de la comunidad en conjunto con los valores y problemas dentro de la comunidad.

PALABRAS CLAVES: Taylorismo, Administración Científica, Racionalidad Instrumental, Barroquismo, Racionalidad Sustantiva

ABSTRACT

This work objective consisted of determining the factors that limit social entrepreneurship in the Limoncocha Community, Sucumbíos province whose study sample were 54 inhabitants, among them entrepreneurs and non-entrepreneurs, with a notable majority of entrepreneurs. Among the tools to be used were: bibliographic search, interviews with experts, interviews and surveys. As a result, it was found out that the self-perception of each individual exerts an influence on their resistance to risk; money is considered to be a limiting factor and both infrastructure and basic services are the critical point of the community in conjunction with the values and problems within the community.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Limoncocha, money, innovation, training

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento social ha estado presente en el Ecuador, desde siempre, siendo las comunidades indígenas el ejemplo más claro de la misma; como lo señala Malgiaritta Régula; este modelo económico coloca al ser humano en el centro buscando su bienestar, sin destruir al otro; obteniendo beneficios económicos y sociales con principios como la construcción de relaciones justas, libres y democráticas en la integración de un desarrollo social

Ya desde 2008, se reconoce a la economía popular y solidaria como parte del sistema económico, social y solidario y además este se ha convertido en los generadores del 60% del empleo en el país, con alrededor de 500,000 microempresas para el 2010. Sin embargo los actores todavía están dispersos, sin una visión y participación activa en el quehacer productivo y político. Vista hoy por hoy como una opción de subsistencia para los sectores de participación marginal en el desarrollo económico. (Régula Chávez, 2019)

Partiendo de lo expuesto anteriormente y considerando el potencial que posee la comunidad de Limoncocha en la provincia de Sucumbíos, se pone en marcha la investigación para determinar una propuesta de metodología para emprendimiento social en la comunidad de Limoncocha, teniendo como objetivos específicos; la detección de factores limitantes y de éxito para el desarrollo de emprendimientos; sean estos personales o externos; el nivel de apertura y conocimiento para la implementación de emprendimientos y la autoconcepción que tiene la comunidad, misma que cuenta con 54 miembros para la investigación; 2 expertos y documentación

relevante al tema, tales como: artículos científicos o tesis para implementación en la comunidad de Limoncocha.

La principal motivación parte del hecho de querer potenciar una comunidad pequeña; 6817 habitantes, potencializando su cultura, costumbres y biodiversidad, ayudando a mejorar su estilo de vida; además de constatar la problemática que se detecta tanto en emprendimientos convencionales como sociales, que es la falta de constancia, y más aún de capacitación e innovación; además de esto se pretende que esta serie de pasos pueda ser implementada no solo en comunidades indígenas sino indistintamente en el país, siempre y cuando se trate de un emprendimiento social. Además, parte con la hipótesis de la influencia de los factores externos y culturales para el desarrollo de emprendimientos sociales en la comunidad de Limoncocha.

Las variables a recolectarse serán: el nivel de apoyo por parte de externos (Uisek) y de las autoridades; predisposición al emprendimiento, capacitación en emprendimiento, limitantes para emprender, factores de éxito y la autoconcepción de cada individuo; mismos que serán obtenidos mediante entrevistas y encuestas, además de investigación bibliográfica.

Una vez recopilada la información se concluye que tanto la falta de capacitación en emprendimiento, la falta de motivación, la buena concepción en sí mismo y el mejoramiento de infraestructura y servicios básicos, junto con el factor económico limitan el emprendimiento social en comunidades como Limoncocha.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

• SUJETOS:

Para el presente estudio, la información fue recolectada en la comunidad de Limoncocha, provincia de Sucumbíos en enero del 2019; contando con una muestra a analizarse de 54 habitantes de la comunidad, siendo 21 de ellos mujeres y 33 hombres, con edades comprendidas entre 19 y 67 años, clasificándolos entre emprendedores y no emprendedores; cuyo porcentaje comprende al 83% y 17% respectivamente.

• MÉTODOS Y TÉCNICAS:

Para la recolección de información; se la obtuvo de fuentes primarias tanto como secundarias; para el primer caso, se realizó una encuesta conformada por 48 preguntas al objeto de estudio en general y una entrevista a los emprendedores del sector conformada por 14 preguntas, realizada a 19 emprendedores; para la obtención de información de fuentes secundarias, se realizó una búsqueda bibliográfica en artículos científicos referentes al tema de estudio y a su vez se realizó 2 entrevistas a expertos en el área del emprendimiento social en el Ecuador.

• REGISTRO DE INFORMACIÓN:

Para el ingreso y consolidación de la información obtenida de manera primaria se realizó un registro de observación con los datos relevantes obtenidos en el estudio; misma que detalla de manera separada los aspectos fundamentales que se pretende obtener con el mismo, esta tabulación consta de tres aspectos: el autoconocimiento o percepción de sus capacidades, los factores externos que afectan al desarrollo de emprendimientos en el área y finalmente la concepción

que tiene la comunidad acerca de los emprendimientos colaborativos.

• PROCEDIMIENTO:

Una vez determinada la importancia de potencializar a la comunidad de Limoncocha por su riqueza tanto cultural como natural y teniendo en cuenta que el emprendimiento social es hoy por hoy uno de los mayores generadores de ingresos en comunidades indígenas en la región; se procede a desarrollar herramientas para obtener la información y determinar que requiere la comunidad para optar por este tipo de emprendimiento, como el recabar información de investigaciones anteriores, la opinión de expertos y propuestas de emprendimientos que pueden ser aplicados en la comunidad.

En cuanto a la información obtenida de investigaciones pasadas y entrevistas a expertos se procedió a realizar una búsqueda bibliográfica, tanto en artículos científicos relacionados al emprendimiento social en el país, como tesis para la implementación de emprendimientos colaborativos en la comunidad de Limoncocha, para corroborar la información de investigaciones anteriores con las propuestas viables en la comunidad.

La sintetización de información obtenida de manera secundaria, fue llevada a cabo con dos objetivos principales: el adentrarse en el contexto actual de los emprendimientos sociales en Ecuador, como es el proceso para la realización de los mismo, además las instituciones enfocadas a su protección (entrevistas a expertos); y la factibilidad de implementación de emprendimientos sociales en la comunidad y la importancia de que estos emprendimientos conserven y fortalezcan por sobre todas las cosas su cultura y su biodiversidad (artículos

científicos y tesis).

Para la elaboración de los instrumentos para obtención de información primaria, en este caso: encuesta y entrevista, se tomó en consideración para la primera, que el objetivo de la misma sería: conocer cuáles son los factores que impiden que se desarrollen más emprendimientos sociales en la comunidad y los aspectos a mejorar en la misma, adicionalmente ésta debe ser lo menos invasiva posible y sobre todo que, su tiempo de realización sea corto para no interrumpir las actividades cotidianas del grupo de estudio; puesto que la investigación fue realizada en días laborables; a su vez se determinó que este instrumento sería realizado a 54 personas, tanto emprendedores como no emprendedores; para las entrevistas el objetivo principal era el determinar los factores de éxito de dichos emprendimientos, las recomendaciones a futuros emprendedores y la razón por la cual se inició el emprendimiento.

El equipo de investigación realizó la obtención de los datos requeridos durante dos días seguidos, procurando obtener la información de los entrevistados (19 personas) y encuestados (54 personas), dentro de sus actividades cotidianas; una vez realizadas las encuestas a todos los participantes del estudio, se procedió a realizar las entrevistas a una tercera parte de los participantes que cumplían el requisito de ser emprendedores; para de esta manera, contrastar la información que proporcionarían con la que se poseía de la investigación bibliográfica previa. Para la selección de estas 19 personas emprendedoras a quienes se les implementaría la entrevista, se realizó una selección aleatoria con la finalidad de no interferir en los resultados

3. RESULTADOS

Una vez tabuladas todas las respuestas, se determina que del universo de encuestados (54) en la comunidad de Limoncocha para la presente encuesta; siendo 33 hombres y 21 mujeres, con edades comprendidas entre 19 a 67 años; además de esto únicamente 9 de ellos no son emprendedores; de los cuales, 7 son hombres (78%) y 2 mujeres (22%), con edades comprendidas entre 20 a 39 años, lo que determina una predominancia del sexo masculino.

Dentro de los tres factores de estudio para determinar una metodología para implementación de emprendimiento social en la comunidad de Limoncocha, los datos que se obtienen para el primer factor: autoconocimiento de la comunidad son:

Tabla 1: Perfil de autoconocimiento.

PERFIL DE AUTOCONOCIMIENTO					
ITEM		TOTAL POBLACIÓN		NO EMPRENDEDORES	
			%		%
CREO EN MIS POSIBILIDADES	SI	46	85%	3	33%
	NO	3	6%	3	33%
AUTOSUFICIENTE PARA SEGUIR LO QUE SE PROPONE	SI	28	52%	4	44%
	NO	5	9%	4	44%
ME VEO CAPACITADO PARA ENFRENTARME A CUALQUIER SITUACIÓN	SI	30	56%	4	44%
	NO	11	20%	3	33%
APUESTO POR UNA IDEA AUNQUE NO SEA SEGURA	SI	25	46%	3	33%
	NO	29	54%	6	67%
ME GUSTA TOMAR RIESGOS CALCULADOS	SI	30	56%	5	56%
	NO	5	9%	4	44%
ME SIENTO LIBRE CUANDO SOY EL RESPONSABLE DE MI ÉXITO	SI	41	76%	5	56%
	NO	13	24%	4	44%
DECIDIDO Y DETERMINADO A CUMPLIR CON MIS OBJETIVOS	SI	33	61%	7	78%
	NO	21	39%	2	22%
ES NECESARIO ARRIESGARME PARA PROGRESAR	SI	43	80%	5	56%
	NO	11	20%	4	44%

Fuente: Información recolectada de la investigación
Elaborado: Por el autor

En los cuales se puede observar grandes diferencias entre la población en general (predominando los emprendedores) y los no emprendedores, en aspectos como:

- El creer en uno mismo y el sentirse autosuficiente son índices en los que

los no emprendedores no tienen una clara tendencia.

- Los emprendedores tienen menor aversión al riesgo de lo que tienen los no emprendedores.
- Los dos grupos se sienten capacitados para enfrentar cualquier situación.
- Los no emprendedores no se sienten determinados y decididos a cumplir sus objetivos.

Para el segundo factor de estudio: los elementos externos que afectan el desarrollo de emprendimientos en el área, los resultados arrojados son los siguientes:

Tabla 2: Capacitaciones.

ITEM		TOTAL POBLACIÓN %		NO EMPRENDEDORES %	
HA RECIBIDO CAPACITACIONES PARA EMPRENDIMIENTO	SI	25	46%	4	44%
	NO	29	54%	5	56%
LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIONES EN EMPRENDIMIENTO	SI	49	91%	6	67%
	NO	6	11%	3	33%
CREE QUE ES NECESARIA LA FORMACIÓN EN TEMAS DE EMPRENDIMIENTO	SI	46	85%	7	78%
	NO	8	15%	2	22%

Fuente: Información recolectada de la investigación
Elaborado: Por el autor

- En el tema de capacitaciones la comunidad menciona que no ha recibido la suficiente capacitación en temas de emprendimiento, destacando la importancia de la misma y su deseo de recibirlas; dicho resultado no difiere entre emprendedores y no emprendedores.
- En cuanto a la concepción de los emprendimientos, y factores que impiden que se desarrollen, se destacan respuestas tales como: que los emprendimientos en la comunidad deben mejorar en aspectos tales como: innovación, variedad, disminución de

precios y sobre todo ser constantes; todas estas respuestas no difieren de un grupo a otro.

Dentro de los aspectos externos que la comunidad menciona que obstaculizan el desarrollo de un emprendimiento están: el dinero, la capacitación y la infraestructura; destacándose que los emprendedores dan mayor importancia al conocimiento que a la infraestructura; caso opuesto al citado por los no emprendedores.

En uno de los puntos de concordancia se observa que: los servicios básicos, la organización y comunicación además de las capacitaciones son el pilar para mejorar los emprendimientos, como lo menciona la siguiente tabla:

Tabla 3: Capacitaciones.

ITEM		TOTAL POBLACIÓN %		NO EMPRENDEDORES %	
HA RECIBIDO CAPACITACIONES PARA EMPRENDIMIENTO	SI	25	46%	4	44%
	NO	29	54%	5	56%
LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIONES EN EMPRENDIMIENTO	SI	49	91%	6	67%
	NO	6	11%	3	33%
CREE QUE ES NECESARIA LA FORMACIÓN EN TEMAS DE EMPRENDIMIENTO	SI	46	85%	7	78%
	NO	8	15%	2	22%

ASPECTOS RELACIONADOS AL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR

ITEM		TOTAL POBLACIÓN %		NO EMPRENDEDORES %	
QUE OPINA SOBRE EL EMPRENDIMIENTO EN EL LUGAR	BUENOS	23	43%	6	67%
	FALTA **:	31	57%	3	33%

** BAJA DE PRECIOS; INNOVACIÓN; ADMINISTRACIÓN, VARIEDAD, CONSTANCIA.

ITEM		TOTAL POBLACIÓN %		NO EMPRENDEDORES %	
QUE NECESITA PARA PONER EN MARCHA UN EMPRENDIMIENTO	DINERO	23	43%	4	44%
	CONOCIMIENTO	11	20%	3	33%
	INFRAESTRUCTURA	20	37%	2	22%

ITEM		POBLACIÓN %	
QUE PUNTOS SON NECESARIOS DE MEJORAR EN LA LOCALIDAD	SERVICIOS PUBLICOS	23	43%
	ORG. Y COMUNICACIÓN	15	28%
	EMPRENDIMIENTOS (INF)	7	13%

ITEM		TOTAL POBLACIÓN %	
QUE EMPRENDIMIENTOS IMPORTANTES HAY EN LA LOCALIDAD	TURISMO	24	44%
	TIENDAS	17	31%
	DIVERSOS	13	24%

Fuente: Información recolectada de la investigación
Elaborado: Por el autor

- Además de esto, se detalla la poca variedad de emprendimientos que

existe en la comunidad y la suma importancia que se le acredita al turismo.

Una vez abordado el punto anterior; se busca conocer que tan interesados se encuentran los encuestados en el emprendimiento, obteniendo resultados como: estar dispuestos a dedicar más de 8 horas a la semana a su emprendimiento, a emplear más del 50% de sus ingresos al mismo, que el valor de arranque que necesitan para su emprendimiento es de \$300 a \$10000 y estarían interesados en optar por esta nueva forma de obtener ingresos; como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 4: Disponibilidad para emprendimiento.

ITEM	TOTAL POBLACIÓN	%	TOTAL POBLACIÓN	%
CUANTAS HORAS SEMANALES ESTARIA DISPUESTO A EMPLEAR EN EMPRENDIMIENTO	> 8 HORAS SEMANALES	35	65%	
	< 8 HORAS SEMANALES	12	22%	
QUE PORCENTAJE DE SUS INGRESOS DESTINARIA PARA EL EMPRENDIMIENTO	0-50%	25	46%	
	51-100%	29	54%	
CUANTO DINERO REQUIERE PARA SU EMPRENDIMIENTO	300-10000\$	33	61%	4
	10001-100000\$	7	13%	3
USTED PREFERE UN TRABAJO REMUNERADO O UN EMPRENDIMIENTO	TRABAJO REMUNERADO	6	11%	1
	EMPRENDIMIENTO	40	74%	6

Fuente: Información recolectada de la investigación
Elaborado: Por el autor

- Finalmente, para este punto se pretende medir el impacto de las actividades realizadas por externos a la comunidad y las autoridades en temas de fomento de emprendimiento, dando como resultado que: las autoridades han impulsado el desarrollo del turismo en la comunidad; que las capacitaciones recibidas tanto por docentes y estudiantes de la Uisek como el impacto positivo en la comunidad; no es percibido por los mismos.

Tabla 5: Apoyo por parte de externos.

APOYO POR PARTE DE EXTERNOS				
ITEM	SI	%	NO	%
QUE HAN HECHO LAS AUTORIDADES PARA MEJORAR EL AREA DE TURISMO EN LA COMUNIDAD	38	70%	16	30%
COMO SE SIENTE CON LA AYUDA QUE HA RECIBIDO DE LA UISEK	18	33%	36	67%
LA UISEK HA APORTADO POSITIVAMENTE AL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO INDIGENA EN LIMONCOCHA	21	39%	33	61%
LAS CAPACITACIONES QUE BRINDAN TANTO LOS DOCENTES Y ESTUDIANTES DE LA UISEK, AYUDA PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LA LOCALIDAD	22	41%	32	59%

Fuente: Información recolectada de la investigación
Elaborado: Por el autor

Por último, la concepción que tiene la comunidad acerca de los emprendimientos colaborativos, cuyos resultados fueron los siguientes:

Tabla 6: Concepción del emprendimiento colaborativo.

ITEM	TOTAL POBLACIÓN	%	NO EMPRENDEDORES	%
EN QUE ÁREA LE GUSTARÍA INVERTIR	AGRICULTURA	15	28%	2
	TURISMO	24	44%	5
	COMERCIO	12	22%	1
LOS DOCUMENTOS DE LA TIERRA DONDE VIVE A QUIEN PERTENECE	PROPIA	17	31%	5
	COMUNIDAD	37	69%	4
CREE QUE SE REQUIERE VARIAS PERSONAS PARA EMPEZAR UN NEGOCIO	SI	18	33%	6
	NO	36	67%	3
SE HAN REALIZADO EMPRENDIMIENTOS COLABORATIVOS EN EL LUGAR	SI	36	67%	9
	NO	18	33%	0
SE HAN REALIZADO EMPRENDEMIENTOS COLABORATIVOS EN EL LUGAR	SI	34	63%	7
	NO	20	37%	2

Fuente: Información recolectada de la investigación
Elaborado: Por el autor

4. DISCUSIÓN

Para Janet López y Malgiaritta Régula; la creación de una metodología para emprendimiento social consta de cuatro pasos principales: conocer la realidad y necesidades colectivas, elaborar el proyecto y el desarrollo de prototipos de nuevas soluciones que den respuesta a dichas necesidades, organización de grupo ejecutor y ejecutar y evaluar la incidencia del proyecto en la comunidad. (Régula Chávez, 2019) (López, 2019), a esto se le puede agregar con base en lo obtenido en el estudio que se debe incorporar lo siguiente:

la capacitación en emprendimiento, la motivación para el empoderamiento de los futuros emprendedores, el capacitar adicionalmente en los factores de fracaso que se pueden presentar y desde un punto de vista más macro, el mejorar las condiciones externas a ellos para que el emprendimiento dé sus frutos.

1. Con respecto a las necesidades y a la detección de las mismas, las podemos catalogar como necesidades externas e internas; siendo las primeras, como en el caso de la comunidad de Limoncocha: el dinero, la infraestructura y servicios básicos; y para suplir estas necesidades se requiere tanto la ayuda de los ciudadanos como la intervención de las autoridades para potencializar esta reserva; en el caso del dinero, mediante créditos productivos, y en infraestructura y servicios básicos a través de la gestión de las autoridades.

En segundo plano están las necesidades internas, en las que podemos detectar desconfianza para la creación de un emprendimiento comunitario por problemas interpersonales, tales como el enfrentar tensiones por intereses diversos, que son el resultado de objetivos sociales versus objetivos económicos, donde el saber manejar estas circunstancias son determinantes para que los emprendimientos sean sostenibles y permanezcan a largo plazo. (Vázquez-Maguirre, 2018) (Konecki, Kacperczyk, Chomczyńsk, & Albarracín Rodas, 2013)

Además de la poca predisposición a la toma de riesgos o nuevas opciones, para lo cual las capacitaciones que se brinden deben ir más allá del mero hecho de como emprender y manejo de crisis, sino a la motivación y empoderamiento en general, para que el concepto de emprendimiento

social sea visto como una alternativa viable y positiva y no como el desencadenante de problemas en la comunidad.

Dentro de los aspectos relevantes que destaca los resultados de la investigación, está el deseo de capacitación en temas de emprendimiento; de allí que se lo toma como uno de los puntos principales a desarrollar en la comunidad para que ésta a su vez, se vea inducida hacia el emprendimiento, en este caso social, con el fin de mantener su cultura, biodiversidad y que tanto su nivel de administración e innovación aumenten, teniendo como resultado un alza en sus ingresos, tomando en cuenta que el emprendimiento es el gran movilizador de oportunidades para una comunidad; (Wompner Gallardo, 2012).

5. CONCLUSIONES

Finalmente cabe recalcar que existen circunstancias que limitan o llevan al fracaso a los emprendimientos, dentro de los cuales se puede detallar:

1. Falta de visión de mercado (no desde las necesidades de la comunidad)
 - a. Producir lo que se sabe hacer, sin visión de lo que quiere el cliente (expresado en la investigación, como falta de variedad).
 - b. Baja productividad (expresado en la investigación, como pocos emprendimientos en el sector y precios altos).
 - c. Calidad inestable.
 - d. Cantidades no disponibles para pedidos regulares.
2. Infraestructura obsoleta o insuficiente
 - a. Problemas para producir de manera adecuada (expresado como falta de

tecnificación)

- b. Distancias físicas para llegar al mercado o para exportar (expresado como falta de infraestructura)
3. Acceso a servicios financieros (y destinarlos en su gran mayoría a temas administrativos).
 - a. Requerimientos de garantías muy elevados.
 - b. Intereses que imposibilitan ser rentables.
4. Organizaciones débiles.
 - a. Directivas no preparadas (falta de apoyo constante).
 - b. Edad de los asociados.
 - c. Sistemas de gestión no transparentes o claros (corrupción).
 - d. Rotación del personal.
 - e. Trámites y regulaciones excesivos (citando como el más engorroso al SRI) (Régula Chávez, 2019) (López, 2019).
2. Para elaborar el proyecto y el desarrollo de prototipos de nuevas soluciones que den respuesta a dichas necesidades, y tomando en consideración que, la Amazonía ecuatoriana posee un potencial turístico importante y además que, según el grupo de estudio es lo que predomina en cuanto a emprendimientos en el sector, y contrastándolo con la bibliografía referente al tema; se puede concluir, que esta manera de emprender; turismo comunitario; llega a ser una alternativa valiosa, para el desarrollo de la comunidad, considerando que se tiene la percepción de que la tierra es de la comunidad en general, de allí lo importante del

desarrollo o potencialización de un emprendimiento colaborativo, generando recursos, respetando a la comunidad y su cultura y sobre todo respetando su biodiversidad (Morillo Cortez, 2017)

Para el desarrollo de un proyecto de turismo comunitario existen cuatro componentes inherentes que deben ser considerados: el ámbito socio-cultural de la comunidad; el ámbito económico-financiero; el ámbito ambiental y el potencial turístico, y a través del análisis de estos se demuestra la viabilidad o no de un proyecto turístico. (Pacheco Tandazo, Carrera Burneo , & Almeida Ferri, 2015)

Dentro de este ámbito podemos destacar proyectos o iniciativas tales para la comunidad cuyos valores tanto de rentabilidad y variación de indicadores financieros, son positivos y están directamente relacionados con la variedad y potencialidad de costumbres y tradiciones del lugar. (Liza Margarita, 2018)

3. Para la configuración de un equipo de trabajo idóneo para emprender, se debe tener en cuenta, además de los puntos anteriores; el determinar y tener presente lo denso y complicado de las características de la sociedad, su interrelación, su mecanismo para toma de decisiones, y las actividades en las cuales se desarrollan o perfeccionan más, cuyo resultado se obtendrá de las capacitaciones brindadas tanto por las autoridades, como por actores externos a la comunidad, como es el caso de la Uisek.

En los equipos de trabajo, se debe configurar las políticas de manejo para todo el proyecto, establecer que roles desempeñará cada uno de los miembros del equipo; hasta qué punto llega su nivel de decisión, el alcance del proyecto y bajo qué lineamientos se va a manejar el tema de créditos, considerando que según los datos que evidenció el estudio, se tiene la percepción de que para un emprendimiento, se debe contar con un capital de arranque de \$300 a \$10,000; que el tiempo a dedicarse es mayor a 8 horas semanales y que están dispuestos a emplear más de 50% de sus ingresos en el proyecto.

Si bien en el estudio, se destaca la mayoría de hombres en relación a mujeres en la línea general y especialmente en emprendedores, es preciso también destacar, que las mujeres que más emprenden, son las casadas, motivadas por varias emociones, pero se puede decir que lo hacen principalmente para ayudar en el sustento del hogar (Orlandini González, 2018), de allí que se debe considerar a este factor; “la familia” como un detonante para el emprendimiento.

4. Evaluar la incidencia del proyecto en la comunidad

Una vez iniciado el emprendimiento es necesario que éste tenga una evaluación constante para corregir errores, y encaminarlos hacia un desarrollo mayor; considerando el triple beneficio que se obtiene de los emprendimientos sociales: bienestar económico, social y ambiental; esta generación de valor social debe contar

con el apoyo tanto de la empresa privada o externa a la comunidad, como las autoridades de la misma; en el caso de las autoridades, su control debe ir dirigido (Mendoza Macías, 2018) hacia el área económica y ambiental; procurando como organización superior que la comunidad pueda acceder a créditos con las mejores condiciones posibles; para que ese capital sea invertido y así mejorar sus prácticas y de esta manera cuidar el medio ambiente; en el ámbito social se requieren capacitaciones y acompañamiento a los emprendedores en donde, la ayuda del área catedrática es predominante, en este caso; la Uisek deberá implementar o redoblar esfuerzos en las capacitaciones anteriormente expuestas, abarcando un mayor número de asistentes para que la visión que se posee actualmente acerca de la ayuda que proporciona, mejore notablemente, además de colaborar con la implementación de herramientas de marketing para que el servicios llegue a un mayor número de personas. (Maldonado Paredes, 2018).

6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

1. -Gálvez, D. (2018). Un modelo para promover un cambio social sostenible basado en la ampliación de una innovación técnica de alto impacto. Artículo individual, 02-18.
2. Konecki, K., Kacperczyk, A., Chomczyński, P., & Albarracín Rodas, M. (2013). The spirit of communitarianism and the cultural background of the Limoncocha community in the context of sustainable development and

- environmental protection. Research Gate, 3, 5, 7, 10, 24, 25, 39, 48.
3. Liza Margarita, A. (2018). Diseño del centro de interpretación Etnocultural y Ambiental en la Comunidad "YAMANUNKA", mediante la aplicación del plan de negocios, para promocionar el turismo de la Cascada Yamanunka, perteneciente a la parroquia Limoncocha, Cantón Shushufindi. 38-44, 69-124.
 4. López, J. (10 de febrero de 2019). El emprendimiento social en Ecuador. (G. Flor, Entrevistador)
 5. Maldonado Paredes, F. (2018). ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DIGITALES DE POSICIONAMIENTO Y PROMOCIÓN PARA LOS EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE OTAVALO 2016 – 2017. Tesis: Universidad Técnica del Norte.
 6. Mendoza Macías, M. (2018). Emprendimientos sociales: turismo en la costa ecuatoriana. Revista Academia & Negocios , 81-92.
 7. Morillo Cortez, J. (2017). PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN TURISMO RURAL SUSTENTABLE PARA LA COMUNIDAD DE CHILMA BAJO, PROVINCIA DEL CARCHI, ECUADOR. SATHIRI, Sembrador, 79-93.
 8. Orlandini González, I. (2018). EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS INDÍGENAS Y CAPITAL.
 9. Pacheco Tandazo, V., Carrera Burneo , P., & Almeida Ferri, K. (2015). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE PROYECTOS DE TURISMO COMUNITARIO. redalyc.org, 21
 10. Régula Chávez, M. (10 de febrero de 2019). El emprendimiento social en el Ecuador. (G. Flor, Entrevistador)
 11. Vázquez-Maguirre, M. (2018). Beneficios y propósito: Tensiones organizativas en empresas sociales indígenas. Intangible Capital, 604-615
 12. Wompner Gallardo, F. (2012). EL EMPRENDIMIENTO COMO
 13. FACTOR DE MOVILIZACION SOCIAL. Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences.