

Economía Popular y Solidaria en el emprendimiento y su impacto económico

Popular and Solidarity Economy in entrepreneurship and its economic impact

Lady Andrea León Serrano

 <https://orcid.org/0000-0001-5472-140X>

Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica de Machala (UTMACH), Ecuador.

* llady@utmachala.edu.ec

RESUMEN

El objetivo de la investigación es evaluar la evolución del grupo de comerciantes asociativos que participaron en la inducción para reforzar la cultura emprendedora, considerando al emprendimiento un medio de progreso e impacto económico de las localidades. La metodología aplicada es estadística con enfoque cuali-cuantitativo, diseño no experimental longitudinal de evolución de grupo, los datos fueron obtenidos con utilización de un test con 55 ítems antes y después de la inducción, dirigido a los representantes de las asociaciones de la Economía Popular y Solidaria, cantón Machala, los resultados obtenidos demuestran promedios bajos antes de la capacitación de 10,44 con mediana 10,45 y valores altos después de la inducción de 15,61 con mediana de 15,90; concluyendo que los últimos resultados demuestran mejora de las características emprendedoras en referencia a las necesidades de planificación, fijación de metas, y de poder, en la autoconfianza e independencia alcanzada por los participantes de la investigación, factores que inciden a la hora de emprender y beneficio productivo en el sector de estudio.

Palabras clave: Economía Popular y Solidaria, emprendimiento, cultura emprendedora, impacto económico, necesidades de logro.

ABSTRACT

The objective of the research is to evaluate the evolution of the group of associative merchants who participated in the induction to reinforce the entrepreneurial culture, considering entrepreneurship as a means of progress and economic impact of the localities. The methodology applied is statistical with a qualitative-quantitative approach, longitudinal non-experimental design of group evolution, the data were obtained using a test with 55 items before and after induction, addressed to representatives of the Popular Economy associations. and Solidaria, canton Machala, the results obtained show low averages before training 10.44 with a median 10.45 and high values after induction of 15.61 with a median of 15.90; concluding that the latest results show improvement of the entrepreneurial characteristics in reference to the needs of planning, goal setting, and power, in the self-confidence and independence achieved by the research participants, factors that influence when undertaking and benefit productive in the study sector

Keywords: Popular and Solidarity Economy, entrepreneurship, entrepreneurial culture, economic impact, achievement needs.

Recibido: 14/08/2019

Aceptado: 06/12/2019

Publicado: 15/12/2019

1. Introducción

Los desarrollos científicos y tecnológicos han globalizado el conocimiento y ofrecen la posibilidad de promover procesos de investigación, innovación, creatividad y emprendimiento en la solución de problemas de su entorno¹.

Una fuente de información a nivel mundial es el Monitor Global de la Iniciativa Empresarial GEM, programa de investigación que realiza estudios sobre la medición y evaluación de las actividades emprendedoras de varios países. Los estudios han demostrado que América es una región de emprendedores, con países más innovadores, Estados Unidos ocupa el primer lugar de mayor emprendimiento e innovación. Otros países del mundo como Singapur e Indonesia han establecido modelos de ecosistemas para emprendedores, con ejes de colaboración, inversión en educación, toma de riesgos y establecimientos de redes².

En América Latina se destacan países como Chile por ser muy competitivo, tiene una fundación para convertir industrias tradicionales en centros de emprendimientos innovadores de escala mundial, seguido de Barbados, Panamá, Costa Rica, Brasil y República Dominicana ocupando los primeros puestos y Bolivia en los últimos puestos en innovación. Las experiencias de los países, se plasma que muchas empresas locales han sido compradas por firmas multinacionales, llevando a importantes millonarios con liquidez en busca de inversores, propuestas de negocios bien concebidas, basadas en una comprensión del mercado y sector, con equipos de trabajo comprometidos y proyecciones financieras claras².

El desarrollo local y regional está en una etapa de expansión, en los últimos años ha generado mayores posibilidades de crecimiento en las sociedades con iniciadores de ideas innovadoras e impacto económico-social, ha llevado al aumento progresivo del empleo, producto interno bruto y sectores productivos, casos de América Latina. Algunos analistas establecen que formar en el emprendimiento es significativo para el desarrollo local, planteado como beneficio de la comunidad al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de necesidades en respuesta a lo que demandan los pueblos, además reconocen al emprendedor como una figura representativa para el progreso de una localidad, nivel municipal, distrito o región. Así se define al emprendedor como una persona que busca el beneficio, trabajando individual o colectivamente, innovando, y creando oportunidades, negocios, con combinación de recursos en un medio incierto¹.

Sin embargo, un emprendedor debe tener una cultura emprendedora y rasgos de personalidad especiales para el logro de los objetivos, y ésta se forma mediante la determinación de características propias para afinar su espíritu emprendedor.

Varios estudios realizados en más de 30 casos de comercios, destacaron ciertos hábitos como creatividad, fuerte voluntad, asumir riesgo, audacia; y las características de alto potencial que hacen exitosos fueron ser personas planificadoras, establecer metas, autoconfianza e independencia³.

Con el pasar de los años, el emprendimiento se ha convertido en un foco de atención y esperanza para los gobiernos, motivando e incentivando en hacer negocios mediante modelos asociativos y economía social, creación de diversos programas, planes, proyectos de incubadoras. El emprendimiento no sólo genera empleo e ingresos sino también la conocida innovación convergente e integradora entre Estado, Comunidad y Empresa, dichas apreciaciones se tratan de generar una cultura emprendedora en el desarrollo de competencias con responsabilidad social y se transforman en aportes para la nueva economía popular y solidaria⁴.

Ecuador es un país emprendedor como concepto transformador de la economía al ser un real dinamizador por sus efectos a largo plazo. En el año 2000, toma fuerza el emprendimiento en las áreas productivas manufactureras. Más adelante en el año 2008, Ecuador fue calificado como el sexto país emprendedor de los 43 países estudiados en el mundo, en el 2009 alcanzó el TEA (Índice de Actividad Emprendedora) de 15.8%. El Centro de Emprendimiento parte del Colegio de Administración para el Desarrollo de la Universidad San Francisco de Quito, cataloga al Ecuador en momentos oportunos para la implementación de estrategias que fomenten el sistema dinámico de comercios con ideas de negocios de transformación social².

Estos acontecimientos han generado debates sobre las formas de cómo hacer economía social, aun tendiendo los factores productivos, las estadísticas demuestran que las asociaciones están cada vez en evolución y crecimiento, especialmente en países de América del Sur.

En Ecuador se incorpora el concepto de Economía Popular y Solidaria (EPS) de acuerdo a la Constitución de 2008, define a la EPS como la plural manifestación de actividades de producción, distribución, consumo y finanzas, y el Plan Nacional del Buen Vivir (PNVB) lo sintetiza como un sistema económico social, solidario y sostenible. El proyecto sostiene que está enfocado en los sectores sociales de la economía como cooperativas, comunidades asociaciones, emprendimientos, articuladas bajo la cooperación, autogestión, priorización de la dimensión económica y solidaridad. El sector asociativo tema de interés de la investigación está compuesto por emprendimientos o comercios que producen, comercializan bienes y servicios lícitos. El aporte de la EPS al restablecimiento de los emprendimientos ha sido tema notable de discusión, debido al incremento de la productividad nacional y de sus localidades⁵.

El propósito de la investigación es evaluar la evolución de un grupo de comerciantes representantes de las

asociaciones del cantón Machala, durante dos etapas de capacitaciones y verificar las características que influyen en la cultura emprendedora de dicho sector. El cantón Machala tiene 10 asociaciones productiva inscritas en el Instituto de Economía Popular y Solidaria. Los argumentos teóricos destacan la importancia del tema por la influencia en el sector económico y los cambios positivos en los niveles de productividad, es un tema de actualidad, de prioridad para solución de problemas y nuevas iniciativas por parte del sector gubernamental, academia y sector privado.

El cantón Machala, según el Censo del INEC⁶, el número de habitantes supera los 246.000 habitantes, con cinco parroquias, las asociaciones corresponden a las inscritas legalmente en el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), cada organización tiene su representante, ejerciendo las principales actividades de comercio, textil y artesanías, un cantón destacado por su mayor movimiento comercial basado en el emprendimiento.

2. Marco teórico y conceptual

El análisis de la EPS está orientada a la perspectiva de vector de cambio del sistema económico con enfoques de planificación acerca del rol que le cabe a la economía solidaria desde una concepción económica y emprendedora.

Algunos autores⁷ explican que parte de las problemáticas de las asociaciones de la EPS se derivan de la educación, comunicación y organización; esta tendencia demuestra la necesidad que tiene la sociedad de generar su propio desarrollo con actores locales y uso territorial con impacto en la generación de nuevos emprendimientos, y el crecimiento económico de los sectores. La deficiencia del desarrollo de la EPS se ha ido complejizando por la exclusión y poniendo en cuestión las formas tradicionales de organización y defensa de las mayorías de los trabajadores, interpelando que la búsqueda de oportunidades, eficiencia, riesgos y redes de apoyo son características propias del campo popular y social⁸.

Algunos casos de estudio, radican en la Provincia de los Ríos, cantón Vinces, por su riqueza hídrica y fuentes naturales, llegaron a crear la Asociación de Productores Orgánicos de Vinces en el año 2005, para más adelante darle la concepción de APOVINCES como una asociación de la EPS, por su buen nivel de producción de cacao, permitiendo obtener resultados económicos favorables con una estructura de gestión profesional basadas en la persistencia, cumplimiento, información y planificación⁹.

Otros casos de estudio de investigación, plantea la conformación del capital social en el sector cooperativismo Ecuador, utilizando metodología cuantitativa econométrica, cuyos resultados explican que los recursos de los créditos sirven para el financiamiento de instrumentos de trabajo o materia prima; otro estudio es la microempresa de calzado de

San Pedro, Santa Elena aplicó un modelo estadístico probabilístico para denostar que la asociatividad como organización financiera fortalece las actividades emprendedoras con impacto en las economías por el aporte a la mejora de calidad de vida¹⁰, en base a lo anterior los ejemplos de experiencia han servido para conocer las capacidades emprendedoras mediante características encontradas y los medios de financiamiento para crecimiento de las asociaciones.

Teóricamente la Economía Popular y Solidaria es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos. La EPS se regula mediante los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. El asociativo se forma por ciudadanos y ciudadanas que hacen actividades económicas, productivas similares o complementarias. Juntos producen y comercializan bienes y servicios permitidos y socialmente necesarios, por tanto, se autoabastecen de materia prima, insumos, herramientas, tecnología y equipos en forma solidaria y auto gestionada¹¹.

En la actualidad el interés por el desarrollo de los sistemas de calidad a llevado diferentes tipos de mejora en los procesos, a fin de identificar las necesidades, planes, productos para los clientes reales de los emprendedores, se ha corroborado que una de las teorías de gestión es la calidad por la relación entre el objetivo y la satisfacción de los clientes. La administración de calidad da pautas para transformar la dirección tradicional y se centra en los requisitos del cliente, trabajo en equipo e involucramiento total de sus miembros¹². Por otro lado, la teoría del talento humano, dada por los elementos de flexibilidad, conocimiento, persuasión, autoconfianza y fijación de metas, aborda una serie de condiciones a priori que desarrolla y potencia el trabajador como cualidades innatas para desempeñar las actividades laborales y en la generación de actividades emprendedoras de la localidad¹³. Sin embargo, estas teorías apuntan al desarrollo de la cultura emprendedora mediante las capacitaciones sobre finanzas populares, principios de EPS, organización, tributos y servicio al cliente

La planificación de módulos de capacitación en emprendimiento, desarrollo de proyectos, trabajo en equipo y asociatividad permiten a los comercios mejorar los comportamientos administrativos, finanzas, principios de la EPS a los miembros de las organizaciones rurales¹⁴.

Otro aspecto a nivel de economías latino américa y el Caribe, es el desarrollo de los programas de microcrédito que han ayudado a los países a salir lentamente de la pobreza con condiciones rigurosas, ante esto el comportamiento de dichos programas de micro crédito brindan pequeños financiamientos en sectores económicos no tradicionales, con flexibles procedimientos de repago y razonables tasas de interés.

Las mujeres son las dinámicas por ser pioneras en la creación de micro emprendimientos y asistir a los programas de capacitación en ventas, diferencias por las actividades de madres de familia y el deseo de tener una calidad de vida digna en el hogar, esto puede contribuir significativamente a la reducción de la pobreza y en propuestas de nuevos negocios. Igualmente, el empoderamiento femenino ha tenido resultados positivos, tras haber creado un índice de cambio de las condiciones de las mujeres relacionadas con aspectos centrales de liderazgo y emprendimiento, es así, que es posible afirmar, que, a pesar de las diferencias entre países, las actividades micro financieras representan un fuerte estímulo para la emancipación de las mujeres y emancipación económica, considerando las características de la cultura emprendedora¹⁵.

3. Materiales y métodos

El objetivo del presente estudio es evaluar la evolución de un grupo de comerciantes asociativos que participaron en dos capacitaciones para reforzar la cultura emprendedora, programa desarrollado en el cantón Machala y conocer el impacto en la económico de la localidad. En primera instancia, se determina los hábitos más destacables, y también aquellos que requerían mejorarse. El diseño de investigación es no experimental longitudinal de evolución de grupo. Los datos tratados son de naturaleza cuantitativa, con un enfoque cualitativo en la escala inicial de medición de los registros por cada perfil analizado. La población está integrada por los 10 representantes del sector asociativo de la Economía Popular y Solidaria, datos proporcionados por el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), y el test se aplicará en dos tiempos, primero en el sitio de trabajo previo a la inducción, y la segunda medición se realizará dos meses después de una capacitación para reforzar o mejorar los hábitos emprendedores¹⁶.

Para los resultados, el muestreo es por conveniencia, la asistencia de los comerciantes asociativos se atribuye a un total de 10 representantes del sector EPS a la capacitación ofertada. El test consta de 55 ítems, con cuestiones relativas a los diferentes hábitos de los emprendedores en su normal desenvolvimiento. Estos elementos permitirán identificar las llamadas características emprendedoras (CE) en función de tres tipos de necesidades que un empresario o profesional tiene, con un total de 10 hábitos enunciados. Las respuestas directas se abordarán con una escala de Likert de cuatro niveles, siendo nunca o totalmente en desacuerdo (1) el más bajo y siempre o totalmente de acuerdo (4) el más alto. El test propuesto ha sido adoptado por la United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), y se ha ajustado a estudios recientes, un caso el de Konya¹⁷.

En la Tabla 1 se detalla la forma de ponderación de los resultados que se obtiene del test, siguiendo los mismos lineamientos que utiliza la Harvard Business School y la Fundación Empretec en su Taller de Desarrollo del

Comportamiento Emprendedor¹⁸. El análisis estadístico se complementará con resultados descriptivos y pruebas de hipótesis comparativas de los datos obtenidos en las dos etapas. Debido que la cantidad de datos es 10 elementos, no es recomendable aplicar pruebas de fiabilidad ni de normalidad¹⁹. Para obtener el factor de corrección individual (FCI) partimos del factor de corrección general (FCG) como muestra la Tabla 1, y nos guiamos por lo siguiente:

- FCG = 14 o menor, FCI = 0
- FCG = 15 o 16, FCI = 1.5
- FCG = 17 o 18, FCI = 3.5
- FCG = 19 o 20, FCI = 5.5

Tabla 1. Ponderación de resultados de los test aplicados

Método de evaluación para puntuación	Características emprendedoras
Ítem01+ Ítem12+ Ítem23- Ítem34+ Ítem45+5-FCI	Buscar oportunidades y tener iniciativa
Ítem02+ Ítem13+ Ítem24- Ítem35+ Ítem46+5-FCI	Ser persistente
Ítem03+ Ítem14+ Ítem25+ Ítem36- Ítem47+5-FCI	Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo
Ítem04+ Ítem15+ Ítem26+ Ítem37- Ítem48+5-FCI	Exigir eficiencia y calidad
Ítem05- Ítem16+ Ítem27+ Ítem38+ Ítem49+5-FCI	Correr riesgos
Ítem06- Ítem17+ Ítem28+ Ítem39+ Ítem50+5-FCI	Fijar metas
Ítem07+ Ítem18- Ítem29+ Ítem40+ Ítem51+5-FCI	Conseguir información
Ítem08+ Ítem19+ Ítem30- Ítem41+ Ítem52+5-FCI	Planificar y hacer seguimiento sistemático
Ítem09- Ítem20+ Ítem31+ Ítem42+ Ítem53+5-FCI	Ser persuasivo y crear redes de apoyo
Ítem10- Ítem21+ Ítem32+ Ítem43+ Ítem54+5-FCI	Tener autoconfianza
Método para corrección de puntuación	Elemento
Ítem11- Ítem22- Ítem33- Ítem44+ Ítem55+15	Factor de corrección general (FCG)

La puntuación final estará entre 0 y 20 puntos máximo para cada característica; luego este valor puede fácilmente transformarse a otras escalas decimales o porcentuales para su interpretación. Posteriormente, estos valores pueden contrastarse entre sí y mostrarse como un promedio general. Las calificaciones que se obtengan de los test para cada característica emprendedora (o hábitos emprendedores) pueden cuantificarse en porcentaje de acuerdo a lo detallado en la Tabla 2 para su discusión, según lo propuesto en el mismo cuadro por la naturaleza cuantitativa de los resultados (o puntuaciones)⁷. Las diferencias estadísticas significativas entre los valores promedio por cada hábito se verificarán con una prueba

paramétrica de hipótesis tipo t para muestras emparejadas. Para analizar la correlación entre los resultados se aplicarán los siguientes criterios:

- Hipótesis nula: No hay relación entre las calificaciones obtenidas en cada etapa.
- Hipótesis alterna: Existe relación entre las calificaciones obtenidas en cada etapa.
- Significancia < 0.05. Rechace la hipótesis nula.
- Significancia ≥ 0.05 . Acepte la hipótesis nula.

Tabla 2. Cualificación de los puntajes obtenidos en los test aplicados

Rango de calificación	Porcentaje relativo	Cualificación
18.01 - 20.00	90.1 - 100%	Excelente
16.01 - 18.00	80.1 - 90%	Muy bueno
14.01 - 16.00	70.1 - 80%	Bueno
12.01 - 14.00	60.1 - 70%	Regular
00.00 - 12.00	0.0 - 60%	Deficiente

Para evaluar las diferencias significativas entre los registros de ambas etapas se usarán los criterios siguientes:

- Hipótesis nula: No hay diferencia entre las calificaciones promedio obtenidas en cada etapa.
- Hipótesis alterna: Existe diferencia entre las calificaciones promedio obtenidas en cada etapa.
- Significancia < 0.05. Rechace la hipótesis nula.
- Significancia ≥ 0.05 . Acepte la hipótesis nula.

Por último, por la naturaleza no normal de los datos, las diferencias promedio entre las calificaciones obtenidas por los sujetos de estudio se verificarán con una prueba no paramétrica de rangos con signo de Wilcoxon, con los criterios:

- Hipótesis nula: No hay diferencia entre la calificación promedio obtenida en cada etapa.
- Hipótesis alterna: Existe diferencia entre la calificación promedio obtenida en cada etapa.
- Significancia < 0.05. Rechace la hipótesis nula.
- Significancia ≥ 0.05 . Acepte la hipótesis nula.

En caso de presentarse una mejora de la cultura emprendedora representativa, las dos últimas pruebas deberán coincidir en su veredicto. La primera prueba, aunque importante, no representa un requisito para confirmar si se han mejorado o no las características emprendedoras de los sujetos de análisis para el presente estudio.

Se justifica la aplicación del diseño metodológico no experimental longitudinal de evolución de grupo por el enfoque cualitativo en la escala inicial de medición de los registros de cada perfil analizado, por la pertinencia de aplicar el test en dos tiempos con el fin de mejorar los hábitos emprendedores, las bondades y limitaciones

estarán en función de las respuestas del test. La muestra corresponde a la población total de representantes de las asociaciones de la EPS cantón Machala, dirigido a los 10 líderes de cada organización quienes darán la información necesaria de la realidad emprendedora, la muestra es relevante por el aporte económico que genera cada asociación en el sector y el crecimiento que han logrado en los últimos años. El impacto económico está en función de lo productivo que es cada organización y generar empleo, desarrollo económico y la inversión en los sectores productivos de la comunidad. Fundamentados en las teorías de gestión especialmente de la calidad en los procesos productivos, la persuasión y el cumplimiento de trabajo por su naturaleza emprendedora solidaria.

4. Resultados

Para dar tratamiento estadístico a los resultados se usó un software estadístico versión de prueba. Se verificaron los estadísticos descriptivos de medias, desviaciones y errores estándar, comparando los registros para los comerciantes asociativos en el cantón Machala, antes de la capacitación, y después de la inducción (Tabla 3). A continuación, se estima la correlación entre los datos antes y después sobre las características emprendedoras (Tabla 4).

Tabla 3. Estadísticos básicos comparativos por hábito emprendedor

Indicadores	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	
Par 1	Buscar oportunidades y tener iniciativa (ANTES)	10,60	1,776	0,562
	Buscar oportunidades y tener iniciativa (DESPUES)	15,90	1,101	0,348
Par 2	Ser persistente (ANTES)	10,50	1,269	0,401
	Ser persistente (DESPUES)	14,90	1,101	0,348
Par 3	Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo (ANTES)	10,90	0,994	0,314
	Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo (DESPUES)	14,60	1,647	0,521
Par 4	Exigir eficiencia y calidad (ANTES)	11,40	1,075	0,340
	Exigir eficiencia y calidad (DESPUES)	14,20	1,135	0,359
Par 5	Correr riesgos (ANTES)	11,10	2,132	0,674
	Correr riesgos (DESPUES)	15,90	0,738	0,233
Par 6	Fijar metas (ANTES)	10,30	1,567	0,496
	Fijar metas (DESPUES)	16,60	1,265	0,400
Par 7	Conseguir información (ANTES)	9,60	1,506	0,476
	Conseguir información (DESPUES)	15,70	0,823	0,260
Par 8	Planificar y hacer seguimiento sistemático (ANTES)	9,90	2,470	0,781
	Planificar y hacer seguimiento sistemático (DESPUES)	16,20	1,135	0,359
Par 9	Ser persuasivo y crear redes de apoyo (ANTES)	10,40	3,471	1,097
	Ser persuasivo y crear redes de apoyo (DESPUES)	15,90	1,197	0,379
Par 10	Tener autoconfianza (ANTES)	9,70	1,567	0,496
	Tener autoconfianza (DESPUES)	16,20	1,135	0,359

Las pruebas de hipótesis aplicadas constataron la nulidad del supuesto, es decir, se demuestra que no existe relación entre las calificaciones promedio obtenidas en las diferentes etapas. Esto se podría deber que los emprendedores analizados no han reforzado sus habilidades de forma regular, manteniendo algunas características y mejorando otras.

Tabla 4. Resultados de las pruebas de hipótesis para analizar la correlación entre los resultados de las dos etapas

Indicadores		Correlación	Significancia
Par 1	Buscar oportunidades y tener iniciativa (ANTES) & Buscar oportunidades y tener iniciativa (DESPUES)	-0,307	0,388
Par 2	Ser persistente (ANTES) & Ser persistente (DESPUES)	-0,040	0,913
Par 3	Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo (ANTES) & Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo (DESPUES)	0,312	0,380
Par 4	Exigir eficiencia y calidad (ANTES) & Exigir eficiencia y calidad (DESPUES)	-0,164	0,651
Par 5	Correr riesgos (ANTES) & Correr riesgos (DESPUES)	-0,064	0,861
Par 6	Fijar metas (ANTES) & Fijar metas (DESPUES)	0,404	0,247
Par 7	Conseguir información (ANTES) & Conseguir información (DESPUES)	-0,377	0,284
Par 8	Planificar y hacer seguimiento sistemático (ANTES) & Planificar y hacer seguimiento sistemático (DESPUES)	0,483	0,157
Par 9	Ser persuasivo y crear redes de apoyo (ANTES) & Ser persuasivo y crear redes de apoyo (DESPUES)	-0,230	0,523
Par 10	Tener autoconfianza (ANTES) & Tener autoconfianza (DESPUES)	-0,212	0,556

El FCG obtenido en la primera y segunda etapa fueron 12,40 y 12,00 respectivamente, por tanto, el FCI es 0,0 en ambos casos. Se demuestra que la calificación promedio general previa a la inducción de 10,44 con una mediana o segundo cuartil sobre 10,45. Esto refleja en primera instancia la necesidad de proponer estrategias de inducción y mejoramiento de las características emprendedoras de los comerciantes asociativos del cantón Machala. No se aprecia ningún hábito destacable sobre la base del 70% mínimo o 14 puntos (Tabla 5).

Luego de la capacitación se nota que la calificación promedio general sube a 15,61 con mediana 15,90. Esto supone una mejora en las características emprendedoras de los comerciantes asociativos del cantón Machala. Destacan las necesidades de planificación, en la fijación de metas, y de poder, en la autoconfianza e independencia que tienen o que han reforzado los participantes del presente estudio (Tabla 6).

Tabla 5. Puntuación general inicial de los comerciantes asociativos de la EPS, cantón Machala

Características	Hábitos del emprendedor	Puntuación	Media	Mediana
Necesidades de logro	Busca oportunidades y tiene iniciativa	10,60	10,90	10,90
	Es persistente	10,50		
	Es fiel a cumplimiento del contrato de trabajo	10,90		
	Exige eficiencia y calidad	11,40		
	Corre riesgos calculados	11,10		
Necesidades de planificación	Fija metas	10,30	9,93	9,90
	Consigue información	9,60		
	Planifica y hace seguimiento sistemático	9,90		
Necesidades de poder	Es persuasivo y crea redes de apoyo	10,40	10,05	10,05
	Tiene autoconfianza e independencia	9,70		
Promedio general			10,44	10,45
Desviación estándar			0,5929	

Tabla 6. Puntuación general final de los comerciantes asociativos de la EPS, cantón Machala

Características	Hábitos del emprendedor	Puntuación	Media	Mediana
Necesidades de logro	Busca oportunidades y tiene iniciativa	15,90	15,90	14,90
	Es persistente	14,90		
	Es fiel a cumplimiento del contrato de trabajo	14,60		
	Exige eficiencia y calidad	14,20		
	Corre riesgos calculados	15,90		
Necesidades de planificación	Fija metas	16,60	16,17	16,20
	Consigue información	15,70		
	Planifica y hace seguimiento sistemático	16,20		
Necesidades de poder	Es persuasivo y crea redes de apoyo	15,90	16,05	16,05
	Tiene autoconfianza e independencia	16,20		
Promedio general			15,61	15,90
Desviación estándar			0,778	

Los resultados anteriores deben corroborarse estadísticamente con un nivel mínimo de significancia del 5%. La diferencia entre las calificaciones promedio obtenidas en cada etapa se verifica con una prueba t emparejada utilizando la significancia bilateral como criterio de decisión (Tabla 7). Con base en esto, se constata que sí existe diferencia entre las calificaciones promedio obtenidas en cada etapa; por tanto, se podría confirmar una mejora en la cultura emprendedora de los comerciantes asociativos del cantón Machala.

Tabla 7. Resultados de la prueba de hipótesis paramétrica para constatar diferencias entre las calificaciones promedio obtenidas en las dos etapas

	Diferencias emparejadas					Valor t	Significancia (bilateral)
	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia			
				Inferior	Superior		
Par 1	-5,300	2,359	0,746	-6,988	-3,612	-7,104	0,000
Par 2	-4,400	1,713	0,542	-5,625	-3,175	-8,124	0,000
Par 3	-3,700	1,636	0,517	-4,871	-2,529	-7,150	0,000
Par 4	-2,800	1,687	0,533	-4,006	-1,594	-5,250	0,001
Par 5	-4,800	2,300	0,727	-6,445	-3,155	-6,600	0,000
Par 6	-6,300	1,567	0,496	-7,421	-5,179	-12,714	0,000
Par 7	-6,100	1,969	0,623	-7,509	-4,691	-9,796	0,000
Par 8	-6,300	2,163	0,684	-7,847	-4,753	-9,211	0,000
Par 9	-5,500	3,923	1,241	-8,306	-2,694	-4,434	0,002
Par 10	-6,500	2,121	0,671	-8,018	-4,982	-9,690	0,000

Pese a los resultados enunciados, es necesario confirmar las diferencias entre las calificaciones promedio obtenidas por los sujetos de estudio. Como se mencionó en el apartado anterior, esto se debe a que los datos obtenidos carecen de normalidad en su distribución, lo que exige que se verifiquen las diferencias mediante una prueba de hipótesis de tipo no paramétrica. Al ser muestras relacionadas, se aplicó una prueba de rangos con signo de Wilcoxon (Tabla 8), luego de la cual, se evidencia una diferencia significativa, por debajo del 1% bilateral, entre las calificaciones promedio que obtuvieron los sujetos de estudio antes y después del proceso de inducción y capacitación a los comerciantes asociativos del cantón Machala. Así, el programa habría sido efectivo en su accionar

Tabla 8. Análisis de correlaciones entre indicadores (hábitos emprendedores). Parte 2

Estadísticos de prueba ^a		
Emparejados	Z	Sig. asintótica (bilateral)
Buscar oportunidades y tener iniciativa (DESPUES) - Buscar oportunidades y tener iniciativa (ANTES)	-2,812 ^b	0,005
Ser persistente (DESPUES) - Ser persistente (ANTES)	-2,814 ^b	0,005
Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo (DESPUES) - Ser fiel a cumplimiento del contrato de trabajo (ANTES)	-2,699 ^b	0,007
Exigir eficiencia y calidad (DESPUES) - Exigir eficiencia y calidad (ANTES)	-2,694 ^b	0,007
Correr riesgos (DESPUES) - Correr riesgos (ANTES)	-2,716 ^b	0,007
Fijar metas (DESPUES) - Fijar metas (ANTES)	-2,818 ^b	0,005
Conseguir información (DESPUES) - Conseguir información (ANTES)	-2,823 ^b	0,005
Planificar y hacer seguimiento sistemático (DESPUES) - Planificar y hacer seguimiento sistemático (ANTES)	-2,823 ^b	0,005
Ser persuasivo y crear redes de apoyo (DESPUES) - Ser persuasivo y crear redes de apoyo (ANTES)	-2,655 ^b	0,008
Tener autoconfianza (DESPUES) - Tener autoconfianza (ANTES)	-2,812 ^b	0,005

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon
b. Se basa en rangos negativos.

5. Conclusiones

Las conclusiones finales del trabajo de estudio demuestran que el programa de capacitación ha sido exitoso, los cambios en el refuerzo y fomento de una cultura emprendedora se corrobora en las mediciones

estadísticas obtenidas mediante test en la segunda capacitación con calificación promedio general de 10,44 con mediana 10,45 a 15,61 con mediana 15,90. Esto supone que existe una mejora en las características emprendedoras de los comerciantes asociativos del cantón Machala, destacando aquellos hábitos que fueron mejorados como las necesidades de planificación, en la fijación de metas, y de poder, en la autoconfianza e independencia que tienen o que han reforzado los comerciantes del presente estudio, es decir, los representantes de las 10 asociaciones fueron sometidas a este proceso de capacitación y luego deberán replicar a los colaboradores de las organizaciones que dirigen; es importante mencionar que los cambios de los emprendedores asociativos tienen un impacto económico en la localidad de estudio por el fomento de emprender, generar propios ingresos que dinamizan el entorno que se rodean, por lo tanto en un largo plazo los beneficios serán en el producto interno bruto, desarrollo económico, territorial, , creación de empleo y distribución por sectores de actividad.

Referencias

- [1] Duarte T, Ruiz M. Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 2009; XV(43), 326-331.
- [2] Vélez X, Ortiz S. Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Revista Dominio de las Ciencias*, 2016; 2(4), 346-369.
- [3] García del Junco J, Álvarez P, Reyna R. Características del Emprendedor de Éxito en la Creación de PYMES Españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 2007; 25(3), 951-974.
- [4] Salinas F, Osorio L. Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 2012; 3(75), pp. 128-151.
- [5] Villacreces R, Pomaquero J, López J. Economía Popular y Solidaria: Su evolución en el contexto ecuatoriano. *Revista*

- Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 2018; 1(2), pp. 1-20.
- [6] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Resultados del Censo de población y vivienda en el Ecuador, 2010. [Internet] Disponible en https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf
- [7] Bucheli M. *Curas, Campesinos y Laicos como Gerentes del Desarrollo: La Construcción de un Modelo de Desarrollo Emergente en Colombia*. Colombia: EDISOCIAL. 2006
- [8] Coraggio J. Potenciar la Economía Popular Solidaria: una respuesta al neoliberalismo. *Revista Otra Economía*, 2018; 11(20), 4-18.
- [9] Meza T, Cisneros L, Meza J. Experiencia de asociatividad en Ecuador: Caso Apovinces. *Sotavento M.B.A*, 2019; 30, pp. 32-41. <https://doi.org/10.18601/01233734.n30.04>
- [10] Mancero J. Impacto de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en el crecimiento de las microempresas de calzado San Pedro, Santa Elena. Trabajo de Grado, ESPE. 2017, pp. 1-59. Disponible en: <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/12673>
- [11] Saltos J, Mayorga M, Ruso F. La economía popular y solidaria: un estudio exploratorio del sistema en Ecuador con enfoque de control y fiscalización. *Cofin Habana*, 2016. 10(2), 55-75.
- [12] Parra C, Rodríguez F. La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las empresas. *Revista Investigación, Desarrollo e Innovación*, 2016. 6(2), 131-143. <http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4602>
- [13] Mejía A, Bravo M, Montoya A. El factor del talento humano en las organizaciones. *Ingeniería Industrial*, 2013, 34(1), 2-11.
- [14] Pérez J. El financiamiento crediticio y su influencia en el desarrollo de proyectos productivos de organizaciones del sector real de la economía social y solidaria. *Revista Qualitas*. 2016, (12), 93-123.
- [15] Globalising Gender Equality and Social Justice (GGESJ). *El Micro Crédito: ¿una alternativa para el empoderamiento de las mujeres?*, 2009. pp 1-21 Disponible en https://wideplus.org/wp-content/uploads/2012/10/microcredit_report_es20097.pdf
- [16] CEFE International. 2017. [Internet] Disponible en <http://cefe.net/>
- [17] Duman L, Bedük A, Köylüoğlu S, Ay K. Entrepreneurship Culture at SMES: A Case Study in Konya. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2015; 492–501.
- [18] EMPRETEC. Fundación EMPRETEC Argentina, 2017. [Internet] Disponible en <http://www.empretec.org.ar/FundacionEmpretec.php?pagina=institucional>
- [19] Lind D, Marchal W, Whaten S. Estadística aplicada a los negocios y la economía. México: 15° Edición, McGraw-Hill. 2012.