

EL EMPRENDIMIENTO COMO BASE DEL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO EN LAS COMUNIDADES RURALES DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO: UNA MIRADA DESDE LA COTIDIANIDAD

Carla P. Cevallos R.
Mayra F. Quiñonez B.
Edgar F. Montaluisa P.
Myriam A. Urbina P.

Cristóbal V. Navarrete L.
Verónica E. Montenegro V.
David E. Pavón S.

Amparo del Carmen Álvarez Montalvo
COMPILADORA



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

El emprendimiento como base del desarrollo socio económico en las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo: Una mirada desde la cotidianidad.

Carla P. Cevallos R; Cristóbal V. Navarrete L; Mayra F. Quiñonez B; Verónica E. Montenegro V; Edgar F. Montaluisa P; David E. Pavón S. y Myriam A. Urbina P.
Amparo del Carmen Álvarez Montalvo, Compiladora

Primera edición electrónica. Noviembre del 2019

ISBN: 978-9942-765-53-6

Revisión científica: Dra. Ligia García Lobo; Dr. William de Jesús González García

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Tcrn. Humberto Aníbal Parra Cárdenas, Ph. D.

Rector

Publicación autorizada por:

Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Tcrn. Oswaldo Mauricio González, Ph. D.

Presidente

Edición

Lcdo. Xavier Chinga

Diseño

Pablo Zavala A.

Derechos reservados. Se prohíbe la reproducción de esta obra por cualquier medio impreso, reprográfico o electrónico.

El contenido, uso de fotografías, gráficos, cuadros, tablas y referencias es de **exclusiva responsabilidad del autor.**

Los derechos de esta edición electrónica son de la **Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE**, para consulta de profesores y estudiantes de la universidad e investigadores en: <http://www.repositorio.espe.edu.ec>.

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Av. General Rumiñahui s/n, Sangolquí, Ecuador.

<http://www.espe.edu.ec>

EL EMPRENDIMIENTO COMO BASE DEL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO EN LAS COMUNIDADES RURALES DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO: UNA MIRADA DESDE LA COTIDIANIDAD

Carla P. Cevallos R.
Cristóbal V. Navarrete L.
Mayra F. Quiñonez B.
Verónica E. Montenegro V.
Edgar F. Montaluisa P.
David E. Pavón S.
Myriam A. Urbina P.

Amparo del Carmen Álvarez Montalvo, Compiladora

Contenido

Presentación	5
Capítulo I	
Innovación, creatividad y marketing: bases para el diseño de programas de emprendimiento social en Ecuador	9
Conclusiones	24
Referencias	26
Capítulo II	
El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de los sectores rurales ...	29
Conclusiones	46
Referencias	47
Capítulo III	
Las técnicas lúdicas: una estrategia de integración para fortalecer el emprendimiento social en las comunidades rurales	49
Conclusiones	67
Referencias	70
Capítulo IV	
Las tecnologías de información y comunicación al servicio de la Comunidad Rural de la parroquia Belisario Quevedo	72
Conclusiones	89
Referencias	90
Capítulo V	
El impacto de la educación financiera en el ahorro y la inversión en las comunidades rurales de Ecuador	92
Conclusiones	102
Referencias	103

Presentación

En el contexto de la globalización, los países se han encontrado frente a la necesidad de replantear sus esquemas de desarrollo para mejorar el bienestar social de la población. Han surgido propuestas alternativas de desarrollo que revalorizan el papel del territorio y concretamente a nivel rural, promueven la articulación de las actividades agrícolas y no agrícolas como base del desarrollo.

Dentro de estas alternativas, se ubican el desarrollo territorial rural y la nueva ruralidad, las cuales fomentan la transformación de la estructura productiva agrícola a través de la diversificación de las actividades rurales. De allí que lo rural, trasciende el aspecto netamente productivo para incorporar otras actividades relacionadas con la artesanía, el turismo, el deporte, la gastronomía, entre otras.

En el marco del desarrollo de las actividades descritas, se enfatiza en el emprendimiento como una estrategia para empoderar y posicionar las comunidades rurales en los mercados nacionales e internacionales, mediante la consolidación y creación de nuevas empresas, la generación de nuevas tecnologías, empleo, diversificación de los ingresos, el empoderamiento de la mujer, entre otros aspectos; los cuales contribuyen con el desarrollo económico y social.

En la promoción de emprendimientos rurales, la universidad tiene un papel clave como agente de desarrollo, tanto en la formación de profesionales competentes para su promoción, como en la ejecución de actividades de vinculación dirigidas a la capacitación de los productores y miembros de las comunidades rurales, a partir de la detección de las necesidades y potencialidades de cada territorio en particular. Esto se facilita en la medida que se articulan las actividades de docencia, investigación y vinculación universitaria.

Como un mecanismo para contribuir con el desarrollo de las comunidades rurales en Ecuador, la Universidad Fuerzas Armadas (ESPE) inició un primer acercamiento con la comunidad Belisario Quevedo a través del proyecto denominado *El emprendimiento como base del desarrollo socio económico en las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo: Una mirada desde la cotidianidad*, el cual se fundamentó en las distintas dimensiones del desarrollo, destacando el emprendimiento, el turismo, la lúdica, las tecnologías de información y comunicación y, la educación financiera.

En la ejecución del proyecto se integró tanto a los docentes, investigadores y estudiantes en las actividades de sensibilización y empoderamiento de los miembros de la comunidad para participar en las estrategias de desarrollo. Por su parte los docentes e

investigadores desde su formación, experiencia y líneas de investigación, aportaron las estrategias que pudieran contribuir con el bienestar económico y social considerando el potencial del territorio, sus características y necesidades insatisfechas. Los estudiantes, tuvieron la oportunidad de vincular la teoría con la práctica, pues participaron activamente en la identificación de las demandas de la comunidad objeto de estudio, así como de los principales problemas que limitan su desarrollo.

Este documento presenta los resultados del proyecto mencionado, los mismos representan una primera experiencia de sensibilización y empoderamiento de la comunidad Belisario Quevedo. Por ende, se requiere continuar con el proyecto para garantizar la sostenibilidad, consolidación y competitividad de los emprendimientos rurales.

Finalmente, los resultados de investigación derivados del proyecto se agruparon en cinco áreas temáticas directamente relacionadas con el emprendimiento y el desarrollo social. En estas se destaca la importancia de articular la innovación, las actividades económicas que conforman la estructura productiva, el trabajo colectivo, así como las tecnologías de información y comunicación en la propuesta de estrategias de innovación novedosas que promuevan el desarrollo de las comunidades locales a partir de sus potencialidades, recursos disponibles y el empoderamiento de la población local.

Amparo Álvarez Montalvo
COMPILADORA

A manera introductoria

El emprendimiento es uno de los aspectos clave que contribuye con el desarrollo social de las comunidades rurales. Esta actividad promueve una diversificación de la estructura productiva local al incorporar nuevas actividades económicas que contribuyan con el mejoramiento de la calidad de vida de la población a través de la generación de empleo e ingresos, así como de la reducción de la pobreza, entre otros aspectos.

El argumento expuesto constituyó la base para el desarrollo del proyecto de vinculación titulado: *El emprendimiento como base del desarrollo socio económico en las comunidades rurales de la Parroquia Belisario Quevedo: Una mirada desde la cotidianidad*, cuyo objetivo general consistió en fomentar el emprendimiento como base del desarrollo socioeconómico de las comunidades rurales de la Parroquia Belisario Quevedo (Ecuador) para mejorar su calidad de vida, fortaleciendo las capacidades y potencialidades de los habitantes a través de capacitaciones al interior del campus universitario y asesoría técnica “in situ”.

El proyecto se desarrolló en el marco de la vinculación entre la Universidad de las Fuerzas Armadas -ESPE y la comunidad rural considerada como escenario de estudio. A tal fin, se contó con la participación de docentes y estudiantes de las siguientes carreras: Agropecuaria, Finanzas y Auditoría, Administración Turística y Hotelera, Software, Automotriz y Electromecánica. Esta dinámica permitió crear una alquimia de saberes para la transferencia del conocimiento, al tiempo que se procedió a identificar las principales necesidades de las comunidades rurales que limitan el desarrollo de actividades emprendedoras.

Sobre la base de lo expuesto, en esta compilación se presentan los resultados del proyecto de investigación mencionado, los cuales se agruparon en cinco temáticas:

La primera denominada *Innovación, creatividad y marketing: bases para el diseño de programas de emprendimiento social en Ecuador*, destaca la importancia de articular la innovación, la creatividad y el marketing para la creación y consolidación de los emprendimientos rurales.

La segunda denominada *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de los sectores rurales*, enfatiza en la importancia del turismo comunitario como una propuesta alternativa para diversificar la estructura productiva rural mediante el aprovechamiento de las potencialidades sociales, culturales y naturales del territorio.

La tercera denominada *Las técnicas lúdicas: una estrategia de integración para fortalecer el emprendimiento social en las comunidades rurales*, destaca la necesidad de que las comunidades

trabajen de manera colectiva, pues en el campo empírico se evidencia que el trabajo individualizado es una de las principales limitaciones para el desarrollo rural.

La cuarta denominada *Las tecnologías de información y comunicación al servicio de la Comunidad Rural de la Parroquia Belisario Quevedo*, acentúa la necesidad de reducir la brecha tecnológica entre lo rural y lo urbano, al presentar las TIC como una estrategia que permite mejorar los emprendimientos, al tiempo que resultan un atractivo para evitar las migraciones del campo a la ciudad.

Finalmente, la quinta denominada *El impacto de la educación financiera en el ahorro y la inversión en las comunidades rurales de Ecuador*, resalta la importancia de la educación como mecanismo clave para tomar decisiones acertadas en el manejo de los recursos financieros.

Amparo Álvarez Montalvo
COMPILADORA

Capítulo 1

Innovación, creatividad y marketing:
bases para el diseño de programas
de emprendimiento social en Ecuador.

Autores:

**Carla Paulina Cevallos Recalde.
Cristóbal Vinicio Navarrete López.**



Resumen

El presente artículo examina el emprendimiento, la innovación, la creatividad, y el marketing como aspectos fundamentales para el desarrollo de una propuesta de capacitación de las comunidades locales, con especial énfasis en el caso de la Parroquia Belisario Quevedo (Ecuador) para impulsar su progreso económico y social. Se adoptó una metodología basada en la revisión de literatura en las líneas de investigación relacionadas con el objeto de estudio. Se concluye que el emprendimiento es un aspecto que promueve el mejoramiento del desempeño de las organizaciones, en la medida que sus actividades se realizan con criterios de eficiencia, lo cual contribuye con el mejoramiento de la productividad, la generación de empleo, la diversificación del ingreso, etc. Los aspectos descritos resultan clave para promover el desarrollo social en los términos de bienestar de la población.

Palabras Clave: emprendimiento, innovación, marketing, creatividad.

Introducción

Uno de los grandes desafíos de los países en todo el mundo es alcanzar el desarrollo económico y social, al tiempo que se incrementa el bienestar y calidad de vida de la población. En la última década del siglo XX, diversos estudios evidencian que el emprendimiento tiene un impacto positivo en el crecimiento económico y social de los países. Básicamente el aporte se centra en que a través de la creación de empresas, la actividad emprendedora contribuye con la producción de bienes y servicios, la generación de empleos y el autoempleo.

Al respecto, Kantis (2004) sostiene que mediante la creación de empresas los emprendedores contribuyen con: i) la satisfacción de las necesidades de una gran parte de la población, ii) el incremento de la productividad y, iii) la generación de empleos, entre otros aspectos. En este sentido, los emprendedores juegan un papel determinante en la transformación de las sociedades de bajos ingresos caracterizadas por la baja productividad y el autoempleo de subsistencia, así como en economías dinámicas caracterizadas por la innovación y el aumento del número de trabajadores bien remunerados (Lederman, Messina, Pienknagura, y Rigolini, 2014)

En América Latina y el Caribe, la actividad emprendedora como política de desarrollo ha cobrado gran importancia en la agenda de los países, pues empíricamente se observa que en la última década han surgido un gran número de programas, tanto públicos

como privados orientados a promover la creación, fortalecimiento y consolidación de emprendimientos en todo el mundo. Los resultados de dichos programas permiten reconocer de acuerdo con Amorós, Leguina y Gutiérrez (2010) el “emprendimiento como una fuerza importante en la generación de cambios económicos y sociales” (p. 16).

En el escenario ecuatoriano, existen evidencias empíricas que demuestran como los programas de emprendimiento han contribuido con el mejoramiento del nivel de vida de las poblaciones. Entre estos casos resaltan: el Grupo Salinas, conocido como un proyecto social de emprendimiento que tiene por objetivo promover el desarrollo personal, familiar y social de una de las comunidades más pobres de Salinas en la provincia de Bolívar del Ecuador.

También destacan como iniciativas, la Fundación Maquita, configurada como una organización que promueve el desarrollo de condiciones de dignidad y equidad en los sectores más necesitados del país. Esta fundación se caracteriza por ser una red asociativa que se dedica a la producción, transformación y comercialización de diversos productos y servicios. El emprendimiento social para la recuperación de la producción agrícola de patatas nativas de los Andes del Ecuador: caso Kiwa chips, las cajas comunales en Imbabura, entre otros. Los casos mencionados, se han caracterizado por el desarrollo de proyectos emprendedores impulsados desde la propia comunidad.

Todos estos programas han contribuido con la consolidación de Ecuador como uno de los países más emprendedores. De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017), la actividad emprendedora ha ido creciendo en los últimos años, el reporte del año 2017 muestra como Ecuador se ha mantenido por sexto año consecutivo, con la Tasa de Actividad Emprendedora temprana (TEA) más alta de la región Latinoamericana (21, 2%), seguido por Perú (18, 7%) y Chile con un 14,7%.

A pesar de estos resultados, Ecuador se enfrenta al gran desafío de transformar y diversificar su sistema productivo, pues aun cuando posee grandes potencialidades de desarrollo derivadas de su diversidad y riqueza natural, depende económicamente de la explotación de los recursos naturales no renovables, por lo que es necesario promover mediante la creación de empresas innovadoras y competitivas el desarrollo de productos con mayor valor agregado en conocimiento (Alianza para el emprendimiento e innovación, AEI, 2014).

En esta dinámica, la generación de nuevos productos y la diversificación del sistema productivo local se sustenta en la creatividad, la innovación, y el marketing. Estos aspectos al abordarse de manera integrada contribuyen con el desarrollo organizacional, el mejoramiento de la competitividad empresarial, al tiempo que promueven la

inserción de las organizaciones en mercados globalizados. De allí, que en la práctica organizacional los aspectos mencionados se han convertido en las piedras angulares del emprendimiento (Schnarch, 2013).

Siguiendo a Schnarch, (2013), la creatividad se orienta hacia la identificación y aprovechamiento de oportunidades, mediante el desarrollo de ideas de negocios que satisfagan las necesidades reales del mercado; la innovación hace referencia a la aplicación del conocimiento en el desarrollo de nuevos productos y empresas; y el marketing contribuye no solo con la identificación de las necesidades del mercado y el desarrollo de nuevos productos, sino que aporta al diseño, comercialización e introducción de esas innovaciones a la validación y comercialización.

En la búsqueda de contribuir con la formación de emprendedores, la Universidad de las Fuerzas Armadas a través del departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio. “CEAC” ha realizado un acercamiento hacia los pobladores de la Parroquia Belisario Quevedo, para desarrollar un programa de desarrollo económico y social orientado a capacitar emprendedores, teniendo como piedra angular la creatividad, la innovación y el marketing, lo cual podría contribuir con el mejoramiento del nivel de vida de la población local. Para tal fin metodológicamente se realizó una revisión de literatura en las líneas de investigación relacionadas con el emprendimiento y sus fundamentos.

Desarrollo

Por su aporte al desarrollo y al crecimiento económico de los países, el término emprendedor ha sido abordado desde diferentes perspectivas en los ámbitos político, académico, psicológico, económico y empresarial; sin embargo dicho abordaje no ha sido suficiente para construir una definición universal sobre lo que es un emprendedor, pues su concepción varía en función del área de estudio donde se aplique o aborde.

En esta orientación, el GEM (2010) define los emprendedores desde dos posiciones: i) aquellos individuos que identifican oportunidades en las cuales es posible la creación de nuevas empresas y, ii) aquellos individuos responsables del crecimiento de organizaciones ya existentes.

Por su parte, Schnarch (2014) distingue entre emprendedor y empresario, destacando que un emprendedor puede a la vez ser empresario, pero no todos los empresarios llegan a ser emprendedores, bajo esta propuesta define al emprendedor como aquel que:

(...) es capaz de identificar una necesidad, materializarla en idea, reunir los recursos necesarios y llevarla a la práctica, transformando esa idea en productos y/o servicios que comercializará

a través de una empresa. En el momento en que dicha empresa comienza a desarrollar su actividad y aborda el camino de la consolidación, alcanzando los objetivos inicialmente establecidos, el emprendedor comienza a transformarse en empresario (p. 9).

De manera similar, Lederman, Messina, Pienknagura, y Rigolini (2014) lo describen como aquellas persona que realiza transformaciones transcendentales dentro de una organización, que la benefician, contribuyen a su desarrollo, permanencia y crecimiento. Cuando el entorno es propicio, los emprendedores se arriesgan e invierten en innovación y así estimulan la productividad mediante las dinámicas de entrada y salida del mercado de las empresas y la innovación de las ya establecidas, lo que promueve el crecimiento económico.

Desde la perspectiva de Rodríguez (2009, p. 97) el término emprendedor se ha transformado, hasta presentar en la actualidad una acepción que:

Caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas.

En una misma línea, Araque (2015) presenta una definición que abarca no solo la creación de empresas al definirlo como aquella persona que se caracteriza por su “creatividad, perseverancia, capacidad para asumir riesgos, actitud mental positiva para la aplicación a campos que sobrepasan los límites de la creación de empresas” (p. 73).

De manera similar, Auquilla y Sánchez (2013) al definir los emprendedores se centran en aspectos vinculados con la persona, en esta orientación los destacan como aquellos que poseen una actitud y aptitud, que les permite asumir nuevos retos y proyectos. Así mismo, destacan que en la actualidad los emprendimientos se han posicionado en espacios muy importantes:

(...) debido a la necesidad—sobre todo—de los sectores más débiles de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos existentes han creado en las personas la necesidad de generar sus propios negocios y pasar de ser empleados a ser generadores de sus propias fuentes de trabajo (p. 177).

Por su parte González y Motozo (2013) consideran que la literatura sobre el emprendedor ha permitido construir una concepción que conduce a definirlo como:

(...) un tipo ideal de individuo que introduce innovaciones y maximiza los resultados de un proyecto propio o colectivo, creando nuevas organizaciones, revitalizando empresas ya existentes o difundiendo conocimientos para la maduración (en términos de producción o productividad) de todo un sector de la economía (p. 19).

Todos estos aspectos permiten identificar a los emprendedores, como aquellos actores que ponen en práctica todo su potencial y asumen riesgos para generar emprendimientos innovadores que los sustenten a ellos y a sus familias, aportando con la diversificación de la estructura productiva y crecimiento económico de la sociedad en su conjunto.

En este proceso de generación de empresas, no todos los emprendedores tienen éxito, ni todos los emprendimientos aportan al desarrollo y crecimiento de la economía. En este sentido, diversos estudios evidencian que los emprendimientos exitosos son desarrollados por individuos que han logrado transformar sus ideas en negocios rentables, que aportan a la diversificación de la estructura productiva de un país, mediante la aplicación de conocimiento en la generación de innovaciones, la introducción y desarrollo de nuevos productos en mercados poco explorados.

Siguiendo a Lederman, Messina, Pienknagura, y Rigolin (2014):

Los emprendedores de éxito son individuos que transforman ideas en iniciativas rentables. A menudo, esta transformación requiere talentos especiales, como la capacidad de innovar, introducir nuevos productos y explorar otros mercados. Se trata de un proceso que también precisa la habilidad de dirigir a otras personas, priorizar las tareas para aumentar la eficiencia productiva y darle a los recursos disponibles el mejor uso posible (p.1).

Así mismo, diversos estudios permiten identificar en los emprendedores exitosos ciertas características asociadas con: alta motivación al logro, disciplina, autoestima alta, enfoque en los resultados, positivo, dinámicos, creativos, innovadores, flexibles, arriesgados (Duarte y Ruiz, 2009).

Los resultados del estudio desarrollado por Fuentelsaz y Montero (2015), identifican los atributos de los individuos que han emprendido de manera innovadora en varios países que participan en el proyecto GEM, evidenciándose que:

En el plano psicológico, se ha demostrado como los individuos más tolerantes al riesgo, con mayor estado de alerta ante oportunidades de mercado y con más confianza en sí mismos tienden a ser más innovadores. En el plano del capital humano, lo son aquellos individuos con mayor nivel formativo, mayor experiencia previa como emprendedor o como trabajador y con mayor red de contactos (p. 28).

A nivel de Latinoamérica, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2009, citada por Vicens y Grullón, 2011) aun cuando se ha incrementado el número de emprendimientos, la mayoría tiene un carácter informal y poco novedoso, observándose altos niveles de mortalidad temprana. En

consecuencia, para catalizar el crecimiento de emprendimientos de calidad en la región, es necesario potenciar en los emprendedores su capacidad para innovar con productos o servicios escalables y de mayor valor agregado.

En el caso ecuatoriano aun cuando en los últimos años los emprendimientos han ido creciendo, estos se caracterizan por ser poco innovadores y aportar muy poco a la diversificación de la estructura productiva y al crecimiento del empleo. De acuerdo con los datos mostrados por Barragán y Ayaviri (2017), los negocios ecuatorianos tienen un impacto muy bajo en la generación de empleos, pues el 72.8% de los emprendimientos tienen una figura jurídica unipersonal. Se estima que en los próximos 5 años casi un 31% de los negocios nacientes, 48% de los nuevos y 47% de los establecidos no esperan generar ninguna plaza de trabajo.

En cuanto al tipo de actividad económica los resultados del estudio de Maldonado, Lara y Maya (2018) evidencian la poca diversificación y alcance del mercado, pues:

En el Ecuador la predisposición por iniciar un nuevo negocio es creciente y si bien en los dos últimos años se observa un cambio hacia una motivación por oportunidad, prevalece la motivación por necesidad. Las iniciativas que surgen no logran consolidarse en nuevas empresas y aquellas que se establecen pertenecen en su mayoría al sector de comercio al detalle y servicios poco especializados, con enfoque a un mercado local (p. 41).

De manera similar Zamora (2017) sostiene que la mayoría de los emprendimientos desarrollados en Ecuador se dedican a actividades de comercio, productos y servicios comercializados en el mercado doméstico. Igualmente resaltan que los servicios y productos ofrecidos presentan un bajo nivel de diferenciación e innovación, pues el 60% de los productos comercializados no son considerados por los consumidores como innovadores o diferenciados.

Los resultados antes descritos evidencian la necesidad de promover la creación de programas de formación que permitan generar emprendimientos innovadores, que aporten a la diversificación de la estructura productiva, la generación de empleo y la inserción en mercados globales. En este contexto se requiere trabajar de manera articulada la creatividad, la innovación y el marketing; pues estimular la creatividad es fundamental para promover la introducción de innovaciones en los procesos, los productos y los servicios; así mismo la introducción de innovaciones exige conocer el mercado, para identificar las necesidades de los clientes y desarrollar productos y servicios adaptados a sus necesidades, lo que exige conocimientos de marketing.

En consecuencia se evidencia como la creatividad, la innovación y el marketing están íntimamente relacionados, por lo tanto no pueden abordarse de manera independiente

como suele hacerse normalmente; sino que deben aplicarse de manera integrada, pues estos se constituyen en factores determinantes del éxito en la creación de nuevas empresas, el fortalecimiento de las ya existentes, el desarrollo de nuevos productos y servicios, convirtiéndose así en las piedras angulares del emprendimiento (Schnarch, 2013).

Creatividad, innovación y marketing, piedras angulares del emprendimiento

Actualmente los mercados se caracterizan por la competitividad, la globalización y la incertidumbre. Estas condiciones convierten la creatividad, la innovación y el marketing en las tres piedras angulares del emprendimiento. La creatividad se orienta a identificar y aprovechar oportunidades de mercado; la innovación se centra en el diseño de nuevos productos y la creación de nuevas empresas; el marketing por su parte, contribuye tanto a materializar la creatividad como la innovación en el diseño, comercialización e introducción de innovaciones, su validación y posterior comercialización (Schnarch, 2013).

Esta manera integrada de abordar las piedras angulares del emprendimiento conduce a los autores a afirmar que “Creatividad sin innovación, es como un sueño; Innovación sin creatividad, no puede existir; Innovación sin marketing no tiene sentido. Creatividad, innovación y marketing en acción, son las claves del emprendimiento exitoso” (Schnarch, 2013, p. 64).

En síntesis, los tres elementos mencionados resultan indispensables para la creación de nuevas empresas, el mantenimiento, así como para la consolidación de las ya existentes en un mercado competitivo y cambiante como el actual. En consecuencia, como lo expresa Schnarch (2013) una forma que tienen las empresas de cambiar para adaptarse a las nuevas circunstancias presentes y futuras es hacer cosas distintas y originales, lo que implica creatividad no solo para solucionar los problemas o aspectos que inciden negativamente en el desempeño de la compañía, sino para indagar sobre los nuevos enfoques de gestión que resultan alternativos para buscar, construir, fortalecer o aprovechar las oportunidades para sobrevivir y progresar.

En esta orientación Schnarch (2013) define la creatividad como la capacidad y actitud de las personas y las empresas para lograr combinaciones, relaciones y reestructurar aspectos de su realidad, obteniendo como resultados productos únicos. En síntesis la creatividad se traduce en generar ideas nuevas pero útiles.

De manera similar, Montoya (2015) atribuye el concepto de creatividad a la capacidad de generar y materializar nuevas ideas, pero adicionalmente apunta que ésta

“es la auténtica base del emprendimiento y la innovación ya que, sin ella, solo quedaría la imitación” (p.3).

Por su parte, Rojas (2007) define la creatividad como un proceso orientado a la formulación de ideas novedosas y útiles por parte de un individuo o como resultado del trabajo en equipo. Así mismo, destaca su importancia para la organización, cuando aporta con la generación de innovaciones que contribuyen a mejorar su funcionamiento, la eficiencia y la eficacia. En este sentido, para incrementar la innovación dentro de las organizaciones, se requiere una adecuada combinación entre los recursos disponibles, las competencias del personal y la motivación para la creatividad.

Como puede apreciarse la base para la generación de innovaciones se sustenta en la creatividad, pues a través de esta se producen las ideas que se materializan en las empresas en productos, soluciones, procesos, entre otros aspectos. Tal como lo afirma Schnarch (2013), la creatividad es generar ideas nuevas y útiles, la innovación es “la implementación de esa idea nueva y útil. Es la realización efectiva que logra un cambio en el sistema, con el propósito de mejorar y perfeccionar algún aspecto de su estructura, contenido o funcionamiento” (p. 65).

Igualmente para Játiva (2017) la creatividad constituye la base de la innovación, pero adicionalmente considera que es una habilidad ligada al pensamiento crítico, que abarca no solo la creación de algo nuevo, sino que aporta soluciones a problemas, pues:

Consiste en reconocer la relación entre conceptos, generando algo nuevo, resolviendo un problema existente y funciona como base de la innovación. Esta última se desarrollará ampliamente en una organización cuya cultura estimule el pensamiento creativo. La dirección de empresa y sus decisiones y acciones al enfrentar el ambiente cambiante de los negocios necesita desarrollar estrategias y soluciones para resolver problemas. Es el pensamiento creativo lo que permite mejorar la comprensión de situaciones problemáticas y encontrar soluciones alternativas. En una empresa o en cualquier otro tipo de ente, resulta crítico incorporar el potencial de creatividad de sus integrantes en los procesos intrínsecos y el desarrollo de las estrategias. (p.196)

En esta orientación la innovación es un resultado de la creatividad considerada por Vélez y Restrepo (2016) como:

(...) uno de los elementos clave de la actividad emprendedora. El emprendedor innova mediante la introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios (p. 351).

Por su parte Gutiérrez y García (2014) enfatizan en la innovación como la esencia del progreso, y a la vez distinguen que no todo lo novedoso es innovador, para que sea innovador debe estar ligado a la creación de riqueza social y económica, lo que significa aplicar el conocimiento para lograr de manera más eficaz metas de gran valor tanto para el individuo como para la sociedad.

A nivel empresaria el Manual OSLO (2005) define la innovación como un proceso que abarca tanto las áreas internas como externas de la empresa, la misma se sustentan en la introducción de un nuevo producto, servicio, proceso, método organizativo, prácticas de trabajo, canal de comercialización, distribución del trabajo o relaciones externas; o una significativa mejorar de los mismos. Del concepto descrito, el Manual OSLO (2005) identifica los siguientes tipos de innovaciones:

- a. De productos y servicios: abarca la introducción de nuevos productos o servicios y la mejora de sus características funcionales y técnicas (componentes, uso, etc.).
- b. De procesos: se basa en la introducción de un nuevo o mejorado proceso de producción o distribución.
- c. De mercadotecnia: abarca el diseño de nuevos métodos de comercialización, los mismos están ligados a cambios considerables en la presentación del producto, su posicionamiento en el mercado, su promoción o su precio.

En síntesis, de acuerdo con Rangel y Tinto (2014) el papel de la innovación en los emprendimientos exitosos se evidencia en su capacidad para:

(...) potenciar el éxito y la permanencia en el tiempo a través de la participación de mercado, la competitividad y la productividad con la realización de innovaciones organizacionales, de productos y servicios y actividades de innovación relacionadas con la adquisición de tecnología incorporada o no a capital, así como actividades de mercadeo y comercialización, diseño de productos y servicios, capacitación e innovación y desarrollo. (p. 117)

Por su parte, Majaro (1994) destaca que los emprendimientos de mayor éxito son innovadores, pues las empresas para dar el salto cualitativo y cuantitativo que las distingue de sus competidores deben ser arriesgadas. Los altos niveles que logran en sus actuaciones son la consecuencia de mantenerse por delante de la competencia. Las pequeñas mejoras en los productos y en los procesos operativos, tienden a producir pequeños incrementos en los beneficios; los grandes avances por su parte generan grandes beneficios.

En consecuencia, en los mercados actuales la innovación se platea como una exigencia en los emprendimientos que tengan como meta el crecimiento y la rentabilidad, pues “ya no es suficiente con hacer las cosas bien, hay que hacerlas mejor para así

generar ideas que permitan superar a los competidores, especialmente en estos tiempos de economía interconectada y de mercados abiertos” (Rangel y Tinto, 2014, p. 69-70).

Para lograr ser competitivos en la economía actual, los emprendimientos además de generar ideas de negocios, productos y servicios innovadores, deben lograr posicionarlos en el mercado, lo cual demanda en la práctica conocer las necesidades del mercado y diseñar las estrategias para comercializarlos. En este sentido, el marketing sumado a la creatividad y la innovación se asoma como una estrategia determinante en el éxito de los emprendimientos.

Schnarch (2014) al destacar la importancia del marketing en los emprendimientos, señala que sus bases no solo permiten identificar las ideas creativas y la innovación de productos ajustados a las necesidades de los clientes, sino que también aporta al diseño, comercialización e introducción de esas innovaciones. Además señala que existe un gran número de empresas que fracasan por la ausencia de una buena estrategia de marketing ya que este constituye:

(...) esa herramienta que tienen las empresas, negocios y emprendedores, para comunicar su propuesta de valor y lograr que su segmento de clientes tome la decisión de comprarles. Contar con estrategias de marketing efectivas, es tan importante como contar con un buen producto o servicio, que también esta disciplina ayuda a diseñar y definir (p. 20)

Al respecto, Pontón y Márquez (2016) al consultar a un grupo de emprendedores sobre la importancia del marketing para la consolidación de sus negocios, determinaron que estos consideran el marketing un área primordial para la puesta en práctica de sus ideas de negocios, pues permite ajustar los productos y servicios a las necesidades de los clientes, quienes en última instancia determinan la razón de ser de todo negocio.

Sobre este aspecto Palomo (2000) resalta que cuando el proceso de marketing se inicia identificando primero la necesidad del cliente, pasando después a la generación de ideas (creatividad) y, luego a la invención (innovación) se tiene menos probabilidades de fracasar al posicionar el producto o el servicio en el mercado.

Por su parte, Schnarch (2014) señala que la estrategia de marketing adoptada por el emprendedor debe abarcar los aspectos básicos que lo conforman: entorno, competencia, oferta, demanda, precio, distribución, ventas y comunicación; adicionalmente debe incorporar la investigación de mercados para identificar los factores críticos para el desarrollo del proyecto a emprender.

En consecuencia, la mayor parte del éxito de los emprendimientos está estrechamente vinculado con el marketing, pues del mismo se derivan las siguientes ventajas:

- a.** Identificar oportunidades de mercado que se materialicen en negocios rentables.
- b.** Innovar en el desarrollo de productos con características únicas, diferenciales y sostenibles durante un periodo de tiempo.
- c.** Conocer y entender el comportamiento del mercado: clientes, consumidores, usuarios, entorno, competencia, empresa, etc.
- d.** Diseñar estrategias y procesos de marketing creativos y efectivos.
- e.** Diseñar un plan de capacitación para promover el desarrollo de habilidades y competencias que conduzcan a la organización a reinventarse y mantener una posición competitiva en el mercado sin depender de un producto o servicio únicamente.
- f.** Auditar, evaluar y realizar mejoramiento continuo.

En este contexto, se evidencia como la creatividad unida a la innovación y al marketing, se convierten en aspectos clave para la formación de emprendedores exitosos. En virtud de lo antes planteado, este artículo constituye una iniciativa para fundamentar teóricamente una propuesta de un programa de desarrollo de emprendimiento social dentro de la Universidad de las Fuerzas Armadas a través del departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio. “CEAC”, direccionada a capacitar y empoderar a las comunidades locales más desfavorecidas, para que puedan insertarse de manera competitiva en la dinámica económico y social.

Inicialmente se consideró el caso de la parroquia Belisario Quevedo (Ecuador), comunidad rural que representa el área de influencia de la Universidad y con la cual se ha tenido un acercamiento para conocer sus necesidades y dar respuestas a estas mediante una estrategia de integración universidad-comunidad.

Mediante el trabajo de campo realizado por la Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), se diagnosticó que esta parroquia forma parte del Cantón Latacunga de la Provincia Cotopaxi (Ecuador) y se caracteriza por su alto potencial de recursos naturales para el desarrollo de actividades turísticas y agrícolas relacionadas con la agricultura y la cría de animales domésticos. Sin embargo, aun cuando presenta un potencial agrícola-pecuario presente en la comunidad, se observa poca diversificación de la estructura productiva, poco valor agregado de los productos, los procesos de producción y comercialización, altos niveles de pobreza, analfabetismo y baja calidad de vida de los pobladores.

Lo antes descrito, evidencia la necesidad de organizar las comunidades mediante la creación de programas de formación que permitan generar emprendimientos innovadores y sostenibles en el tiempo. En este contexto se propone trabajar de manera enlazada la creatividad, la innovación y el marketing, pues estas representan las piedras angulares de los emprendimientos exitosos.

Emprendimiento social y asociatividad

El emprendimiento social es un término que ha crecido considerablemente en el siglo XXI. Este se define como formas de organizaciones novedosas orientadas a resolver problemas de naturaleza social. Las mismas han surgido ante la incapacidad de las políticas gubernamental y las estrategias ofrecidas desde el sector terciario para atender los problemas sociales de las comunidades más desfavorecidas. La empresa social al combinar rentabilidad y misión social, ofrece la posibilidad de resolver problemas sociales y no perecer ante un capitalismo rapaz que no permite la sobrevivencia a largo plazo de los que sólo se concentran en el bien común (Palacios, 2010).

En esta orientación, la importancia de este tipo de emprendimiento de acuerdo con Nchama y Pérez (2015) radica en que “ayuda a paliar los efectos negativos que producen las desigualdades sociales, medioambientales y financieras entre colectivos. Busca dar solución a los problemas sociales que no están siendo atendidos por otros entes” (p.3).

El emprendedor social, es aquel que analiza un determinado problema de naturaleza social de una población específica o sector vulnerable de un país, para identificar emprendimientos que contribuyan con el mejoramiento de su calidad de vida y el desarrollo económico. De Pablo y Uribe (2017) caracterizan a este tipo de emprendedor como un:

(...) propulsor del desarrollo económico líder del cambio social, tal y como ha sido reconocido por importantes organizaciones internacionales (CEPAL, FAO). Presenta cinco características fundamentales: crear valor social, captar necesidades sociales, elaborar propuestas innovadoras, su clara aversión al riesgo y escasos recursos para llevar a cabo su idea de negocio. Su principal objetivo es un fin social, aunque no tiene por qué ser el objetivo único, sino que también puede aspirar a obtener beneficios económicos. (p. 11)

De lo antes expuesto, se desprende que el emprendedor social se caracteriza por ser un agente de cambio que agrega valor social sostenible al entorno donde se establecen. Es precisamente esta característica, la que de acuerdo con Guzmán y Trujillo (2008)

diferencia este tipo de emprendimiento de las obras de beneficencia o de caridad desarrolladas por otros individuos.

Para el GEM (citado por De Pablo y Uribe, 2017) los emprendimientos sociales se clasifican en:

- a.** La organización no gubernamental (ONG), cuyo objetivo social engloba formas no lucrativas.
- b.** La empresa social sin ánimo de lucro, que es innovadora en sus proyectos, no tiene interés de generar ganancia y cuyo principal objetivo es de carácter social, en la mayoría de los casos están relacionadas con la protección del medio ambiente.
- c.** La empresa social híbrida, que al igual que las demás posee un objetivo social, con la diferencia de que en ella existe una estrategia de generación de ganancias que es complementaria a la misión de la organización.
- d.** La empresa social con ánimo de lucro, que presenta una clara estrategia de generación de ganancias en convivencia con el objetivo social.

Actualmente en Ecuador a nivel del sector rural, se evidencia una serie de experiencias de este tipo de emprendimientos, a través de la creación de nuevas empresas vinculadas con actividades como la agricultura, la avicultura, el desarrollo del sector agropecuario, el textil, la pesca, entre otras. Las mismas tienen como objetivo mejorar los ingresos económicos de las familias de estos sectores, y sobre todo mejorar sus condiciones de vida.

Entre las iniciativas de éxito, destacan de acuerdo con Mendoza y Wong (2017), la Fundación Maquita configurada como una organización orientada a promover condiciones de dignidad y equidad para los sectores menos privilegiados del país. La misma actúa bajo la figura de asociatividad, integrando las empresas sociales: Maquita Productos, Maquita Turismo y Maquita Agro, dedicadas a la producción, transformación y comercialización de diversos productos y servicios.

La misión de las empresas sociales Maquita integra a las personas, familias, organizaciones y comunidades “que viven en situación de vulnerabilidad y exclusión social, promoviendo participación, incidencia y empoderamiento como actores de cambio, con equidad social y promoción de sus derechos, a través de Circuitos y redes de Economía Social y Solidaria” (Fundación Maquita, 2016).

Otra de las iniciativas de emprendimiento social desarrollado como proyecto de economía social y solidaria que destaca por su éxito es el Grupo Salinas conformado por nueve empresas dedicadas a la producción, comercialización y exportación de

productos adaptados a las necesidades de la población, tales como el queso, chocolates, confites, prendas de vestir, entre otros. Esta empresa ofrece a la población empleos con salario justo y el desarrollo humano con programas de educación, alimentación, cuidado infantil y desarrollo local sostenible y sustentable (Pico y Poveda, 2017).

Por su parte, Iñiguez e Iñiguez (2017) resaltan como modelo de emprendimiento familiar, la iniciativa desarrollada por la Empresa Familiar “Su Café”, la estrategia distintiva de esta empresa consiste en el valor agregado al café mediante la integración de la gastronomía, el turismo y el desarrollo local.

En este caso, mediante la gastronomía se busca atraer a los turistas a través de la agregación de valor a la producción cafetalera, creando platos típicos de la zona con otros productos agrícolas locales acompañados con café. El valor agregado del turismo complementa con la gastronomía y la venta de café mediante la planificación de actividades turísticas como paseos a caballo, visitas guiadas a fincas cafetaleras y degustación de café acompañada con los platos de la empresa.

Adicionalmente, se realiza un avistamiento de la fauna del sector mostrando como este emprendimiento convirtió a las ardillas, de una plaga que se alimentaba de la producción de los cultivos, a un atractivo turístico mediante siembras adicionales y almendros para su alimentación. Como valor agregado al desarrollo local de su comunidad, la empresa se ha convertido en una fuente de ingreso, al adquirir de otros productores la materia prima que necesitan para sus productos y servicios, evitando que los habitantes emigren hacia otros lugares.

Un modelo de emprendimiento con enfoque de responsabilidad social que ha traspasado las fronteras de Ecuador, está representado por la iniciativa de la empresa Kiwa, dedicada a la producción de aperitivos de vegetales elaborados sin aditivos químicos y materias primas cultivadas siguiendo prácticas de agricultura sustentable. Su misión se ha centrado en lograr que más de 120 pequeños productores se incorporen a los mercados mundiales, reduciendo un 60% la presencia de intermediarios, lo que ha permitido que éstos incrementen sus ingresos en un 50%, contribuyendo así al desarrollo social y económico del entorno. En la actualidad también apoya a los agricultores al proporcionarles financiamiento, capacitación, asistencia técnica y semillas, con la finalidad de llegar a más mercados a nivel mundial (Wong y Padilla, 2017).

Otra iniciativa de emprendimiento social que merece ser estudiada es la institución de beneficencia pública Hogar de Cristo, entre sus objetivos se ha planteado apoyar la construcción de viviendas siguiendo un plan de ordenamiento, así como el asesoramiento a las familias y comunidades en el procesos de legalización de tierras.

Esta iniciativa ha contribuido con el desarrollo de un plan de reubicación ocupacional que ha permitido mejorar la periferia de la ciudad de Guayaquil con un proceso de mejoramiento urbano, reconociendo el derecho de las personas para el disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad y justicia social. Igualmente ha contribuido con el desarrollo local al trabajar de manera articulada con los principales actores de la comunidad donde se inserte (Ministerios, Municipio, Fundación Hogar de Cristo, entre otros) (Quijije, 2017).

Las iniciativas antes expuestas han basado su éxito en estrategias como la asociatividad. En consecuencia, los emprendimientos sociales son el resultado del proceso de interacción y consenso generados entre los diferentes actores de una comunidad, los mismos que de manera unida y mancomunada establecen las necesidades que deben ser cubiertas y solventadas para lograr un beneficio mutuo dirigido hacia los habitantes de un determinado sector.

Los casos expuestos muestran evidencias de cómo se pueden integrar los actores de una comunidad a procesos productivos, que permiten diversificar la estructura productiva de un país mediante el desarrollo de productos con alto valor social (alta calidad, innovación, cuidado del ambiente, prácticas de agricultura sustentables, generación de empleo, comercio justo, incursión en mercados internacionales).

Así mismo, al insertar a las comunidades en los sistemas de producción se observa como estas iniciativas han contribuido con la generación de empleo, disminución de las migraciones del campo a la ciudad, la creación de empresa, el aprovechamiento de las potencialidades y recursos locales, el rescate de la cultura y tradiciones de los pueblos, todo esto se traduce en mejores condiciones de vida para las comunidades involucradas.

Conclusiones

A nivel mundial se ha evidenciado como el emprendimiento contribuye con el desarrollo y crecimiento de los países. Al crear nuevas empresas o mejorar la ya existentes, a través del emprendimiento se generan empleos, autoempleos, se diversifica la estructura productiva y, se garantiza la producción de bienes y servicios a la población. La potencialización de los emprendimientos sociales ha permitido sacar a poblaciones pobres de situaciones de decadencia y de crisis a las que se han visto sumidas durante años, y que les han mantenido rezagadas y lejos de alcanzar condiciones de vida adecuadas que verdaderamente las dignifiquen como seres humanos.

En el caso ecuatoriano a pesar de que en los últimos años los emprendimientos han ido creciendo, diversos estudios evidencian que estos aportan muy poco a la diversificación de la estructura productiva y a la generación de empleos, pues tienen una vida muy corta en el mercado por el bajo nivel de innovación de los productos y servicios, así como la falta de estrategias adecuadas para posicionarlos en el mercado de manera competitiva.

Para que estos emprendimientos puedan ser competitivos se requieren herramientas que les permitan consolidarse como negocios rentables y sustentables en el tiempo destacando la creatividad, la innovación y, el marketing que al aplicarse de manera integrada constituyen las piedras angulares del emprendimiento pues, permiten la creación de nuevas empresas, así como el mantenimiento y la consolidación de las ya existentes en un mercado altamente competitivo y cambiante como el actual.

A través del proceso de marketing, la empresa puede identificar las necesidades que internamente debe cambiar para mejorar sus procesos, la necesidad del cliente, pasando después a la generación de ideas (creatividad) y luego a desarrollo de innovaciones que le permitan crear productos y procesos con mayor valor agregado.

Referencias

Alianza para el emprendimiento e Innovación (AEI, 2014). Ecuador un país emprendedor e innovador en el 2020. Estrategia para desarrollar un ecosistema de emprendimiento e innovación. Recuperado de https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf.

Amorós, J.; Leguina, A.; y Gutiérrez, I. (2010). Análisis de la actividad emprendedora en sectores de comercio en América Latina: Una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor. Chile: Fundes. Recuperado de <http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/11/GEM-Comercio-Latinoamerica-2010.pdf>.

Araque, W. (2015). Emprendimiento en Ecuador. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf>.

Auquilla, L. y Sánchez, L. (2013). La economía popular y solidaria inclusiva en las localidades de la junta parroquial rural San José, Ecuador. *Economía y Desarrollo* 150 (2), pp. 170-182 Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4255/425541208012.pdf>.

Barragán, M. y Ayaviri, V. (2017). Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Información tecnológica*, 28(6), 71-80. Recuperado de <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000600009>.

De Pablo, J. y Uribe, J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. España: Editorial Universidad de Almería.

Duarte, T. y Ruiz M (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica* XV(43), 326-331. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>.

Fuentelsaz, L. y Montero, J. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores?. *Universia Business Review* (47), 14-31. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43341001001.pdf>.

Fundación Maquita Comercio Justo. Recuperado de <http://maquita.com.ec/index.html#empresas>.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). GEM Ecuador. Ecuador: GEM. Recuperado de <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

González, S. y Motozo, E. (2013). Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor: experiencias de la Red Latinoamericana de Buenas Prácticas de Cooperación Universidad Empresa. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.

Gutiérrez M. y García, J. (2014). Talento emprendedor, inteligencia, creatividad y sistema educativo. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado* (80) 28, 95-110. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/274/27433840009.pdf>.

Guzmán, A. y Trujillo, M. (2008) emprendimiento social: Revisión de literatura. *Estudios Gerenciales* 24(109), 105-125. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/212/21211518005.pdf>.

Iñiguez, V. y Iñiguez, M. (2017). Valor agregado del café como un emprendimiento para el desarrollo rural: un caso de estudio del sur del Ecuador. En De Pablo, J. y Uribe, J. Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. España: Editorial Universidad de Almería.

Játiva, M. (2017). Emprendimiento e innovación una oportunidad en el Ecuador, 193-203. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/18CA201702.pdf>

Kantis, H. (2004). Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo, Fundes Internacional.

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El Emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación. Washington, Dc: World Bank Publications.

Majaro, S. (1994). Marketing y creatividad: Un enfoque instrumental. España: Ediciones Díaz de Santos.

Maldonado, B., Lara, G. y Maya, A. (2018). Actividad emprendedora y competitividad en el ecuador. *Revista Global de Negocios* 6(1), 29-44. Recuperado de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v6n1-2018/RGN-V6N1-2018-3.pdf>

Manual Oslo (2005). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (3ª ed.). Traducción española. Publicación conjunta de OCDE y Eurostat. Recuperado de http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manual_deoslo.pdf.

Mendoza, M. y Wong, N. (2017). Emprendimiento social en ecuador: Experiencia de Maquital. En De Pablo, J. y Uribe, J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. España: Editorial Universidad de Almería.

Montoya, A. (2015). Creatividad, innovación y emprendimiento dentro de las empresas: análisis y diagnóstico de los factores internos. Madrid: Universidad Pontificia ICAI-ICAE. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/3621/TFG001086.pdf?sequence=1>.

Nchama, H. y Pérez, V. (2015). Emprendimiento Social: un equilibrio entre lo social y lo económico. Memoria del trabajo de fin de grado. España: Universidad de la Laguna. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1529/Emprendimiento%20Social%20un%20equilibrio%20entre%20lo%20social%20y%20lo%20economico%20.pdf?sequence=1>.

Palacios, G (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales* 16(4), 579-590.

Palomo, M. (2000). El proceso marketing-innovación como fuente de ideas creativas. *Ingenierías III* (8) 41-48. Recuperado de [file:///C:/Users/Pc/Downloads/8_Miguel_Palomo_El_proceso_marketing%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Pc/Downloads/8_Miguel_Palomo_El_proceso_marketing%20(1).pdf).

Pico A. y Poveda, J. (2017). Inclusión y emprendimiento en la localidad de Salinas de la provincia de Guaranda: experiencia del Grupo Salinas. En De Pablo, J. y Uribe, J. Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. España: Editorial Universidad de Almería.

Pontón, E. y Márquez, C. (2016). El marketing como base para el emprendimiento de los millennials. *Palermo Business Review* (13), 65-82. Recuperado de: https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr14/PBR_14_05.pdf.

Quijije, B. (2017). Hogar de Cristo: ayudar hace bien. En De Pablo, J. y Uribe, J. Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. España: Editorial Universidad de Almería.

Rangel, A. y Tinto, J. (2014). El rol de la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida. *Provincia* (31), 67-120. Recuperado de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/39372/articulo3.pdf;jsessionid=A9936B1CD678CBC344734C27E034AB9D?sequence=1>.

Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión* (26), 94-119. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/4945>.

Rojas, B. (2007). La creatividad e innovación en las organizaciones. *Sapiens* 8 (1), 111- 130. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/410/41080108.pdf>.

Schnarch, K. (2013). Creatividad, Innovación Y Marketing: Claves del Éxito Emprendedor. *Caderno Profissional de Marketing - UNIMEP*, 1(1), 64-74. Recuperado de [file:///C:/Users/Pc/Downloads/7-25-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Pc/Downloads/7-25-1-PB%20(2).pdf).

Schnarch, K. (2014). Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión. Bogotá: ECOE Ediciones.

Velez, X. y Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica *Dom. Cien* 2(4), 346-369. Recuperado de [file:///C:/Users/Pc/Downloads/Dialnet-EmprendimientoEInnovacion-5802889%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Pc/Downloads/Dialnet-EmprendimientoEInnovacion-5802889%20(2).pdf).

Vicens, L. y Grullón, S. (2011). Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean. Santo Domingo. Recuperado de http://competecaribbean.org/wp-content/uploads/2013/06/Vicens_and_Grullon_final_Innovation-and-Entrepreneurship-A-Model-based-on-Entrepreneur-Development-spanish.pdf.

Wong, N. y Padilla, C. (2017). Emprendimiento social para la Recuperación de la producción **Agrícola de patatas nativas de los Andes del ecuador: caso kiwa chips**. En De Pablo, J. y Uribe, J. Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica Editorial Universidad de Almería.

Zamora, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios* 39(7), 1-12. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>.

Capítulo 2

El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de los sectores rurales.

Autor:

Mayra Fernanda Quiñonez Bedón



Resumen

El turismo comunitario se perfila como una estrategia que aporta al desarrollo social, económico, ambiental y cultural al disminuir las desigualdades sociales de las localidades rurales. El objetivo de esta investigación consistió en analizar al turismo comunitario como una alternativa para el desarrollo local de aquellos sectores con aspiraciones de generar nuevos ingresos dentro de las actividades realizadas en su cotidianidad. La metodología utilizada consistió en una revisión literaria en las líneas relacionadas con el turismo comunitario y el desarrollo local. Como conclusiones de la investigación se destaca la importancia del turismo comunitario, como una estrategia que favorece el desarrollo de las comunidades rurales en la medida que contribuye con la diversificación de la estructura productiva, la generación de empleo, la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Palabras claves: turismo comunitario, desarrollo local, sectores rurales.

Introducción

Actualmente a nivel mundial se ha consolidado una perspectiva territorial del desarrollo enmarcada en los criterios de sostenibilidad y sustentabilidad, la cual ha permitido reducir las desigualdades sociales, económicas y culturales producidas por la desigual distribución de la riqueza en el marco del proceso globalizador. Esta nueva visión del desarrollo de acuerdo con Alburquerque (2014, 2015) se caracteriza por ser un proceso amplio, integrador y multisectorial que abarca todas las dimensiones que conforman un territorio (institucional, política, cultural, social, económica, tecnológica, financiera y ambiental). Y al mismo tiempo, considera los efectos e interrelaciones que tienen las diferentes dimensiones del territorio entre sí.

Esta forma de abordar el desarrollo, convierte al territorio en un agente de transformación social dentro de políticas de desarrollo. En este sentido, Echeverri y Rivero (2002) afirman que el reconocer “la integralidad del desarrollo, de la importancia de las instituciones y del patrimonio cultural, político e histórico de las sociedades encuentra en el territorio un fundamento para construir una nueva forma de aproximación al desarrollo rural” (p. 23).

A nivel rural, esta nueva visión del territorio dentro de las políticas de desarrollo, revaloriza el papel de lo rural, pues históricamente se le había considerado como un medio de producción de alimentos, sin ningún valor agregado, atrasado y dependiente

de lo urbano e industrial. En consecuencia, bajo este enfoque se reconoce que el aporte de los territorios rurales al desarrollo, es mayor al que tradicionalmente se le ha asignado en los modelos de desarrollo de corte economicista. En esta orientación, Echeverri y Rivero (2002) afirman que:

La concepción de territorialidad rural se soporta en la revalorización del espacio rural y su geografía, como unidad de gestión que permite integrar una realidad económica multisectorial, dimensiones políticas, sociales, culturales y ambientales que han venido construyendo una institucionalidad dinámica, aunque compleja, que ofrece las posibilidades de una respuesta a muchas falencias que ha mostrado en desarrollo rural en las últimas décadas (p. 23).

Enmarcado dentro de los postulados del desarrollo territorial, y en respuesta a los problemas de las comunidades rurales, emerge a nivel de Latinoamérica en la década de los noventa el enfoque de la “nueva ruralidad”, en el cual se plantea que:

La ruralidad es ese hábitat construido durante generaciones por la actividad agropecuaria, es el territorio donde este sector ha tejido una sociedad. Este concepto incorpora una visión multidisciplinaria que reivindica los aspectos antropológicos, sociopolíticos, ecológicos, históricos, etnográficos, además de la tradicional visión económica de lo agropecuario y lo rural y es abiertamente alternativo a la visión sectorial que predomina en las estrategias de políticas rurales de nuestros países. (Echeverri y Rivero. 2002, p.26)

Este enfoque presenta una concepción de lo rural que difiere de la planteada en los enfoques tradicionales de desarrollo donde de acuerdo con Gómez (2003) se considera que:

- a. El sector rural abarca solamente el desarrollo de actividades agropecuarias.
- b. El hombre no puede intervenir en el desarrollo de las actividades agrícolas ya estas se encuentran sujetas a ciclos naturales.
- c. La regulación de las actividades a través de ciclos naturales ha contribuido a la consolidación de una cultura específica.
- d. La población rural se encuentra dispersa en territorios de baja densidad.
- e. En las comunidades rurales no existe un entorno urbano.
- f. Debido a la dispersión geográfica de las poblaciones se dificulta brindarles condiciones de bienestar y calidad de vida.
- g. Lo urbano brinda mejores oportunidades que lo rural, incentivando de esta manera la migración del campo a las ciudades.

Con este cambio de concepción de lo rural, bajo los fundamentos de la nueva ruralidad, Pérez (2001) sostiene que:

El medio rural es un conjunto de regiones o zonas (territorio) cuya población desarrolla diversas actividades o se desempeña en distintos sectores, como la agricultura, la artesanía, las industrias pequeñas y medianas, el comercio, los servicios, la ganadería, la pesca, la minería, la extracción de recursos naturales y el turismo, entre otros. En dichas regiones o zonas hay asentamientos que se relacionan entre sí y con el exterior, y en los cuales interactúan una serie de instituciones, públicas y privadas. Lo rural trasciende lo agropecuario, y mantiene nexos fuertes de intercambio con lo urbano, en la provisión no sólo de alimentos sino también de gran cantidad de bienes y servicios, entre los que vale la pena destacar la oferta y cuidado de recursos naturales, los espacios para el descanso, y los aportes al mantenimiento y desarrollo de la cultura. (p. 17-18)

Bajo el enfoque de la nueva ruralidad se promueve la diversificación de las actividades agrícolas para la generación de ingresos, en el marco de la conservación de los recursos, las potencialidades de los territorios y su organización social. En América Latina, la diversificación de la estructura productiva de los sectores rurales se ha evidenciado en la aparición de experiencias exitosas tanto públicas como privadas vinculadas con el turismo comunitario.

Dichas experiencia reconocen el gran potencial del turismo comunitario para generar nuevas fuentes de ingresos, empresas, diversificación de la agricultura y el medio rural; contribuyendo con la disminución de las desigualdades sociales en las zonas rurales, la reducción del éxodo de sus habitantes hacia los centros urbanos y la reafirmación de la cultura e identidad de los pueblos. En este contexto, el turismo se ha convertido de acuerdo con Barrera (2005) en una de las actividades más dinamizante de la economía, por su un gran potencial para disminuir las diferencias estructurales de la población rural, debido al conjunto de efectos positivos tangibles e intangibles que genera en los territorios rurales.

Sobre la base de ese reconocimiento, el objetivo de este artículo consiste en evidenciar las potencialidades del turismo comunitario como estrategia para el desarrollo de las comunidades rurales. Metodológicamente, se realizó una revisión teórica en las líneas relacionadas con la nueva ruralidad, el desarrollo territorial y el turismo comunitario.

Entre las conclusiones de la investigación se destaca la importancia de la nueva ruralidad como enfoque de desarrollo rural fundamentado en el territorio, el cual promueve la articulación de las actividades agrícolas y no agrícolas para promover el desarrollo de las comunidades rurales. Se destaca la importancia del turismo comunitario, el cual fomenta el desarrollo rural a partir del empoderamiento de las comunidades para

gestionar los recursos territoriales en la prestación de los servicios turísticos, lo cual contribuye con el mejoramiento del bienestar de las comunidades rurales.

Desarrollo

Del turismo convencional al turismo comunitario

El turismo comunitario se presenta como alternativa de gran potencial para empoderar las comunidades, diversificar la estructura productiva, generar empleo, ingresos y mejorar la calidad vida del sector rural. Este tipo de actividad se empieza a practicar a nivel mundial a partir de la década de los ochenta, bajo la propuesta de una corriente filosófica orientada al conservacionismo y la sostenibilidad ambiental, que cobró gran fuerza hasta llegar a materializarse en la elaboración de una gran cantidad de escritos y convenios para la conservación de los recursos destinados a las prácticas turísticas. Inicialmente el turismo comunitario estuvo ligado al ecoturismo, bajo esta influencia, las primeras experiencias se denominaron ecoturismo comunitario (Moncayo, 2011).

Desde la perspectiva de Palomino, Gasca y López (2015) el origen del turismo comunitario se vincula con:

- a. El gran deterioro de la calidad de vida presentado en las comunidades rurales como consecuencia de la crisis del sector agropecuario.
- b. La incapacidad de las políticas públicas para atender las necesidades del sector agrícola y potenciar su desarrollo.
- c. En oposición a los modelos de turismo convencional caracterizados por prácticas de extracción, desalojo de las poblaciones rurales, gran impacto ambiental, entre otros.

En esta orientación, bajo los fundamentos Henríquez, Zechner y Cioce (2010) el turismo comunitario se apoya en tres conceptos claves:

- a. Comunidad, que etimológicamente se identifica con algo positivo dentro de una sociedad, hace referencia a un espacio cálido, confortable y acogedor que denota seguridad y confianza.
- b. Convivencialidad, que implica un vínculo social donde existe un respeto e interés de los unos por los otros, aun siendo diferentes. Conlleva así mismo, a que se respeten los modos de vida de las comunidades y a que se establezca una relación entre los

turistas y los prestadores del servicio que va más allá de una relación de negocio. Bajo este concepto, se impulsa la creación de espacios productivos fundamentados en beneficios colectivos denominados ecosocioeconómicos, como por ejemplo, clubes o ferias de trueque solidario, así como las plataformas de comercio justo.

- c. Cotidianidad, que abarca los aspectos del individuo relacionados con el uso del tiempo, el espacio, la distribución y organización del trabajo, hábitos de consumo y simbologías. También, comprende los medios de comunicación y las tecnologías empleadas de manera cotidiana por las comunidades rurales.

Por su parte, Maldonado (2005) resalta como característica distintiva de este tipo de turismo su enfoque en “lo comunitario”, lo cual demanda la definición de valores, principios, normas y reglas que determinan la forma de convivencia y organización social adoptada por un determinado grupo social, lo cual permite diferenciarlos de otros actores de la sociedad.

Bajo este enfoque, Maldonado (2005) presenta la definición de lo comunitario, desde el punto de vista del sujeto, lo institucional, lo empresarial y lo económico en los siguientes términos:

- a. En cuanto al sujeto, lo comunitario hace referencia a un sujeto colectivo, constituido de manera voluntaria, ya sea de manera institucional o no, que actúan en base a derechos en una territorialidad común.
- b. En lo institucional, lo comunitario se manifiesta mediante un arduo proceso de toma de decisiones, distribución de recursos, asignación de papeles, rendición de cuentas, aplicación de justicia, solución de conflictos y sanción a las faltas en que incurren sus miembros de acuerdo al derecho consuetudinario.
- c. En lo empresarial, lo comunitario hace referencia de manera cualitativa a una forma de propiedad que se diferencia de la empresa privada y pública, por su estructura productiva y los fines perseguidos. En este tipo de empresa, se realiza un control colectivo de los recursos y los beneficios obtenidos se distribuyen de manera equitativa de acuerdo con el valor asignado por el mercado. En cuanto al sector que ocupan dentro de la economía, al igual que las cooperativas, las asociatividades mutuales y otras formas de producción fundamentadas en la solidaridad y la cooperación laboral, estas se ubican en el sector terciario o de economía social.
- d. En lo económico, lo comunitario se ubica dentro de los activos empresariales intangibles, pues su objetivo se orienta a promover nuevas formas de cooperación y eficiencia en el trabajo incorporando a los miembros de una comunidad en

mercados globalizados. En este contexto, su objetivo trasciende lo laboral mediante condiciones que permiten alcanzar objetivos que individualmente no serían factibles como por ejemplo la promoción de los procesos de negociación en la búsqueda y manejo de recursos, la diversificación de la economía y la participación en las instituciones locales de decisión política.

Sobre la base del enfoque descrito, Maldonado (2005) define el turismo comunitario como:

(...) toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes. (p.5)

En la misma línea la investigación resalta el papel de las comunidades y el carácter socioeconómico inmerso en estas, Rodas, Ullauri y Sanmartín (2015) presentan al turismo comunitario, como una actividad socioeconómica desarrollada mediante la cooperación voluntaria de todos los miembros de una comunidad, fundamentada en la equitativa asignación y adquisición de derecho, obligaciones y responsabilidades. Dicha actividad se orienta a mostrar la naturaleza de las comunidades, su cotidianidad, cultura, cosmovisión y “la autenticidad de una vida que transcurre diferente y a veces indiferente a este mundo globalizado” (p. 62).

Bajo los fundamentos de los criterios de sostenibilidad, Orgaz (2013) define el turismo comunitario como un turismo sostenible, que persigue: i) mejorar el desarrollo socioeconómico de los miembros de las comunidades locales de destino, y ii) preservar y potenciar el respeto hacia los recursos naturales, patrimoniales y culturales, mediante la aplicación de nuevas formas de gestión sostenibles.

Haciendo énfasis en el aporte al desarrollo, el rescate de la cultura de las comunidades y el manejo sostenible de los recursos, Alvear, Quishpe y Enríquez (2016) consideran el turismo comunitario como:

(...) una herramienta que impulsa el desarrollo de las comunidades de las diferentes ciudades que lo conforman, mediante el fortalecimiento de sus culturas, tradiciones y la preservación del ecosistema, lo que permite promover el turismo de la zona de una forma diferente hacia sus visitantes. (p. 215)

Desde la perspectiva de Bravo y Zambrano (2018) el turismo comunitario se ubica dentro de una propuesta de turismo alternativo, que demanda el desarrollo de

ciertas competencias, fundamentado en articular a través de la misma comunidad servicios de:

(...) alojamiento, de restauración y de oferta complementaria, para cuya práctica sostenible las localidades requieren desarrollar capacidades sobre todo de carácter socio político, que les permitan valorizar su entorno, actuar juntos, promover vínculos entre distintos sectores, generar lazos con otros territorios y con el resto del mundo. (p. 28)

Por su parte, Cañada (2010) manifiesta que el turismo comunitario no debe sustituir las actividades agrícolas, sino desarrollarse como un complemento de estas, abordándolo como:

(...) un tipo de turismo en el que la población rural, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejercen un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. El TC no sustituye a las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca o artesanía), sino que es una forma de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades rurales y complementar así las economías de base familiar campesina. (p.1)

En un estudio más reciente, Cañada (2015) se refiere al turismo comunitario como un modelo de gestión de la actividad turística:

(...) en el que la población local de un determinado territorio rural (principalmente familias campesinas y pueblos indígenas), a través de las distintas estructuras organizativas colectivas de las que históricamente se han dotado en ese lugar (cooperativas, asambleas comunales, asociaciones o grupos de familias asociadas), ejerce un papel preponderante en el control del diseño, ejecución, gestión y distribución de beneficios derivados de dicha actividad. (p. 34).

De manera similar Burgos (2015), al definir el turismo comunitario resalta su aporte al desarrollo al indicar que este constituye “uno de los caminos que conduce al desarrollo de las comunidades rurales” (p.211). En estos términos, la actividad turística es un complemento de las actividades agrícolas y económicas que normalmente se realizan en la comunidad. Así mismo, entre sus atributos destacan:

- a. Contribuye con el rescate de las costumbres, las tradiciones, la gastronomía y la manera de vivir de la comunidad, resaltando las características de cada territorio rural.
- b. Promueve la participación de las mismas comunidades en la gestión, la planificación, la comercialización, la promoción y el mercadeo de las potencialidades y los atractivos turísticos.
- c. Permite la concertación entre los diferentes actores del territorio (Estado,

organizaciones no gubernamentales, academia, entre otros) para la capacitación, la planificación y la asignación de los recursos.

Por su parte Maldonado (2005), al resaltar la importancia del turismo comunitario enfatiza en que este ha permitido concientizar:

- a.** A las comunidades locales del potencial de sus activos patrimoniales, recursos culturales, naturales, físicos y humanos.
- b.** A los miembros de las comunidades para desarrollar competencias técnicas y empresariales, y hacer frente a los desafíos competitivos generados por los mercados globalizados.
- c.** A los empresarios locales para abrirse a la innovación y la puesta en práctica del capital social comunitario, representado en los conocimientos colectivos, prácticas, técnicas productivas y formas de cooperación ancestrales que generan eficiencia económica y aseguran la supervivencia secular de un grupo social.

Así mismo, Palomino, Gasca y López (2015) resaltan la importancia del turismo comunitario desde dos perspectivas: la primera basada en los usuarios, fomenta los valores de conservación de la naturaleza y el medio ambiente, así como la integración sociocultural con la comunidad local; mientras la segunda, basada en la comunidad anfitriona, destaca la importancia de la participación de los actores en los procesos de implementación, desarrollo y control de los recursos, así como en la conservación e inversión de los beneficios del turismo comunitario en las mismas comunidades.

Basados en el análisis de una experiencia de turismo comunitario exitoso (Cuzco-Perú), Casas, Soler y Pastor (2012) apuntan que el objetivo central del turismo comunitario, se orienta a mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales, garantizando la supervivencia de los modos de vida tradicionales establecidos en los países. En este sentido las evidencias empíricas demuestran que esta actividad contribuye con el desarrollo y disminución de la pobreza por las siguientes razones:

- a.** Tiene efectos multiplicadores en el Producto Interno Bruto de los países, por ser un sector cuyas actividades genera divisas.
- b.** Contribuye con la generación de fuentes de empleos.
- c.** Constituye una fuente de generación de ingresos y diversificación de las actividades agrícolas.
- d.** Mejora las condiciones de vida de la población, al invertir los beneficios obtenidos en el desarrollo de las mismas comunidades.

- e. Fomenta la creación de pequeños e innovadores emprendimientos que demandan gran cantidad de mano de obra.
- f. Facilita la incorporación de la mujer al mercado de trabajo.
- g. Contribuye con el rescate y preservación del patrimonio natural, cultural, social y en general de las áreas rurales.
- h. Al realizarse de manera responsable contribuye con la conservación del medioambiente, del medio rural y de la cultura local.
- i. Permite a los turistas el contacto directo con la naturaleza y la práctica de una cultura responsable con el medioambiente.
- j. Promueve la optimización en el uso de los recursos naturales.

En tal sentido, Cañada (2010) al analizar varias experiencias que han logrado posicionarse de manera exitosa a nivel de Centroamérica, señala los siguientes aportes:

- a. La diversificación productiva, la creación de empleo y la generación de recursos económicos directos, lo cual se ha materializado mediante la oferta de servicios turísticos que han generado nuevas fuentes de trabajo vinculadas con varias ocupaciones para los propietarios de las iniciativas de alojamiento, empleados, proveedores de servicios y bienes diversos. De manera indirecta, los ingresos percibidos al ser invertidos por las familias beneficiadas, han contribuido al sustento, educación y mejora de la calidad de vida de los sectores rurales.
- b. El mantenimiento de propiedades y mejora de infraestructuras: cuando las iniciativas han sido desarrolladas de manera organizada por las mismas comunidades o algunos de sus familiares, se ha producido una revalorización del patrimonio natural (tierra, el bosque o el agua), incrementando su valor e impidiendo que sus propietarios cedan a la venta ante las presiones del mercado. También se aprecia la construcción de infraestructuras destinadas por una parte, a brindar un mejor servicio a los turistas (habitaciones, comedores, albergues, salas de actos); y por el otro al destino de su uso para el beneficio de las poblaciones locales.
- c. Dinamización de la economía local: al reinvertir los beneficios económicos y sociales obtenidos a través de la actividad turística en el desarrollo de infraestructura, se ha contribuido con el progreso y consolidación de otras actividades productivas del sector rural.
- d. Protección y democratización en el acceso a los espacios rurales: el turismo bajo el enfoque comunitario, es una iniciativa que se ha desarrollado mediante la aplicación de estrategias de protección y resguardo del medio ambiente, para el disfrute de los

- distintos estratos de la población.
- e. Cambios en las relaciones de género: esta actividad ha contribuido con el empoderamiento de la mayoría de las mujeres en las comunidades rurales, especialmente se puede apreciar el papel de la mujer en los trabajos de atención y servicio a los turistas.
 - f. Oportunidades de enriquecimiento cultural: al extender las actividades turísticas al campo y convertir a la comunidad con su modo de vida en el principal atractivo, se ha contribuido con la revalorización del medio rural, su cultura, la arquitectura, el paisaje, las artesanías, la gastronomía, los trabajos; así como las diferentes manifestaciones culturales y artísticas representadas en la música, bailes, canciones, cuentos, mitos, leyendas, entre otros. De otro lado, el contacto de las comunidades rurales con los turistas ha permitido el enriquecimiento cultural de las poblaciones rurales.

Es importante resaltar que, aun cuando muchas de las iniciativas de turismo comunitario han logrado posicionarse de manera exitosa, también existen evidencias de otros emprendimientos de este tipo que no han logrado ser competitivos y por tanto no se han posicionado económicamente. En este sentido, el gran reto para la implementación de esta actividad es: i) alcanzar la sostenibilidad económica, mediante la oferta de servicios y productos innovadores, de calidad, con gran valor agregado; ii) desarrollar competencias para una adecuada gestión y comercialización que les permita a las comunidades autogestionarse y disminuir el apoyo de la cooperación internacional y iii) disponer de infraestructuras físicas y de servicios financieros (Cañada, 2010).

Como estrategia para afrontar los retos descritos, y garantizar las condiciones mínimas para asegurar el éxito, al momento de implementar este tipo de iniciativas el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF Internacional, 2001) recomienda a las comunidades con apoyo de otros actores realizar un estudio de prefactibilidad, donde se identifiquen unas condiciones previas a nivel del contexto nacional y otras a nivel de la localidad donde se emprenderá la iniciativa.

En esta orientación, para el primer caso las condiciones son las siguientes: i) una regulación económica y política que facilite el comercio efectivo y promueva la inversión; ii) un marco legal que asegure la obtención y distribución de las ganancias dentro de las mismas comunidades locales; iii) la existencia de una normativa legal que garantice los derechos de propiedad de las comunidades sobre las tierras; iv) la existencia de medidas de seguridad que resguarden a los turistas; v) la garantía de servicios básicos

relacionados con el acceso a servicios médicos básicos, suministro de agua potable, transporte, electricidad; y vi) el acceso al transporte y medios de telecomunicaciones (WWF Internacional, 2001).

Para el segundo caso, las condiciones mínimas que sustentan el desarrollo del turismo comunitario se expresan en: i) los paisajes o vida silvestre con características únicas, con gran atractivo, que despierte el interés tanto de visitantes como de especialistas; ii) el ecosistema con características que permita el acceso a un número de turistas previamente determinado, sin que éste sea afectado negativamente; iii) la existencia de una comunidad local preparada para asumir e identificar oportunidades, retos y cambios que exige este tipo de actividad; iv) las instalaciones existentes o potenciales para fomentar la efectividad en la toma de decisiones; v) los mecanismos que garanticen la preservación de la cultura y las tradiciones de las comunidades; y vi) la identificación de la demanda potencial en el mercado, los medios eficaces para acceder a ella, y la inexistencia de una oferta considerable de visitantes en el área (WWF Internacional, 2001).

Por otra parte, el WWF Internacional (2001) sugiere a quienes deseen incursionar en el desarrollo de esta actividad, algunas herramientas para garantizar la atención adecuada de los visitantes. Así se destacan:

- a.** Establecer con los operadores de viaje el número de visitantes por grupo.
- b.** Definir códigos que regulen el comportamiento de los visitantes.
- c.** Precisar las medidas para garantizar la protección ambiental, social y cultural de las comunidades.
- d.** Identificar las zonas protegidas y las áreas a las cuales pueden acceder los turistas.

Igualmente se enfatiza que, de acuerdo a las debilidades observadas en las experiencias de turismo comunitario, se evidencia la necesidad de capacitar a las comunidades en los siguiente tópicos: i) la promoción de los productos y servicios; ii) el desarrollo de habilidades interpersonales, recibimiento y atención al cliente; iii) la venta y comunicación; iv) las prácticas de manejo ambiental; v) la negociación; vi) las habilidades gerenciales, asuntos jurídicos y manejo financiero de recursos; vii) la capacitación en actividades de guiada; y, viii) el dominio de idiomas básicos (WWF Internacional, 2001).

Como una muestra de la importancia del turismo comunitario en el desarrollo de las comunidades, a continuación se presentan algunas experiencias exitosas surgidas en

Latinoamérica, incluyendo el caso de Ecuador, las cuales se consideraron por su aporte al desarrollo socio económico de las comunidades donde se asientan.

Turismo comunitario en Colombia, caso: la ruta del sur

Es una experiencia que surgió en respuesta a los problemas de migración de los jóvenes a la ciudad, la misma está orientada a generar oportunidades de trabajo mediante la promoción del turismo familiar, complementado con turismo de salud y actividades culturales (Burbano, 2011)



Figura 1: Turismo comunitario en Colombia, caso: la ruta del sur, Por Annieurbano.com (2011).

Las comunidades se ubican en el río Cauca que tiene un gran atractivo turístico, por su abundante vegetación y la buena calidad del agua, lo que ha contribuido a la preservación de las riberas del río y a la práctica de varios cultivos, tanto para el consumo de la comunidad, como para la venta al turista. Los mismos se han desarrollado adoptando criterios de sostenibilidad ambiental. Entre las actividades ofrecidas a los visitantes destacan: el balsaje en el río Cauca, avistamiento de aves, cabalgatas, caminatas, gastronomía, entre otras (Burbano, 2011).

En esta experiencia se aprecia el empoderamiento de la mujer en el sistema productivo de las actividades económicas, pues esta iniciativa se desarrolló con la participación de un grupo de mujeres responsables de sus hogares y familias. Mediante

el trabajo conjunto se busca incentivarlas para que se responsabilicen de la educación de los niños. También se ha buscado fortalecer esta iniciativa capacitándolas en el área contable en aspectos como diferencia entre ingresos y gastos, técnicas de archivo de facturas, entre otros (Burbano, 2011).

Maquita turismo comunitario – internacional- Ecuador



Figura 2: Maquita turismo comunitario-internacional, Por Maquitaturismo.com (2018).

Maquita Turismo es una empresa que forma parte de la red asociativa Fundación Maquita Cushunchic (MCCH) en Ecuador. Esta fundación agrupa a un conjunto de personas, familias, organizaciones y comunidades “que viven en situación de vulnerabilidad y exclusión social, promoviendo participación, incidencia y empoderamiento como actores de cambio, con equidad social y promoción de sus derechos, a través de Circuitos y redes de Economía Social y Solidaria” (Fundación Maquita, 2018).

Bajo este concepto se creó Maquita turismo, la cual se dedica principalmente a promocionar y comercializar centros turísticos apoyados por la fundación. Esta empresa ha logrado consolidarse en el mercado de manera competitiva, al proporcionar a sus clientes servicios y productos turísticos con experiencias únicas, en donde la calidad, el confort y la hospitalidad son aspectos centrales de una actividad turística desarrollada con un gran compromiso social y ambiental.

Dentro de los proyectos ejecutados por la empresa, se oferta un tour de turismo comunitario dentro de Ecuador. El mismo tiene como objetivo crear una red de colaboradores, conformada por varios emprendimientos turísticos de las comunidades rurales. Así mediante una estrategia de turismo comunitario responsable, el turista tiene

la oportunidad de conocer las expresiones, las manifestaciones culturales, las bellezas paisajísticas más importantes y acceder a los servicios ofrecidos con altos estándares de calidad.

Kapawi Ecolodge – Ecuador

Kapawi Ecolodge es una experiencia de turismo comunitaria que representa un modelo de gestión integrada, que la ha hecho merecedora de varios galardones. Esta empresa de ecoturismo comunitario se ubica en la selva amazónica de Ecuador y se dedica a ofrecer a los viajeros conscientes y responsables la oportunidad de participar en experiencias culturales únicas y auténticas en un entorno natural virgen, mientras apoya directamente el desarrollo sostenible de la nación indígena Achuar.



Figura 3. El hombre achuar, Por Kapawi.com (2018).

Este emprendimiento busca el contacto directo del visitante con la cotidianidad de la selva ecuatoriana, permitiendo que el visitante realice actividades que ejecutadas por la nación Achuar, tales como la agricultura propia del entorno y la práctica de rituales ancestrales propias de esta localidad rural.

Tingana – Perú

Tingana es una iniciativa de turismo comunitario, que funciona bajo la figura de Asociación. Está integrada por 23 miembros y, se ubica en la región de San Martín-Perú, siendo reconocida a nivel de Latinoamérica por la Organización Mundial de Turismo

(OMT, 2018) y la Organización de Estados Americanos (OEA, 2018) como un modelo de emprendimiento exitoso que sirve de ejemplo de gestión turística, para quienes deseen incursionar de manera competitiva en el área de turismo comunitario

Este emprendimiento destaca por haber implementado como buenas prácticas, un enfoque de conservación orientado al aprovechamiento y preservación de los recursos forestales de la región, pasando de ser considerados “depredadores a conservacionistas”, pues la actividad inicial de estas comunidades se basaba en “la tala, pesca y caza indiscriminadas. Una vez que comenzaron las actividades turísticas, abandonaron esas prácticas en aras de salvaguardar la jungla y el futuro de sus hijos”. (OMT y OEA, 2018, p. 44).

Como una muestra del aporte al desarrollo económico y social de este emprendimiento, de acuerdo con la OMT y la OEA (2018), los ingresos provenientes de las actividades turística se distribuyen en un 10% al pago de salarios de las familias (S/800 mensuales), un 40% se reinvierte en la comunidad para el mantenimiento y operación de las actividades turísticas y el 50% restante para la conservación de los bosques.

Entre los servicios ofrecidos por la asociación destacan: recorridos en canoa entre los aguajales y renacales, avistamiento de flora y fauna, contacto con los modos de vida de las comunidades, las plantas medicinales, tareas agrícolas y de pesca (TINGANA, 2018).

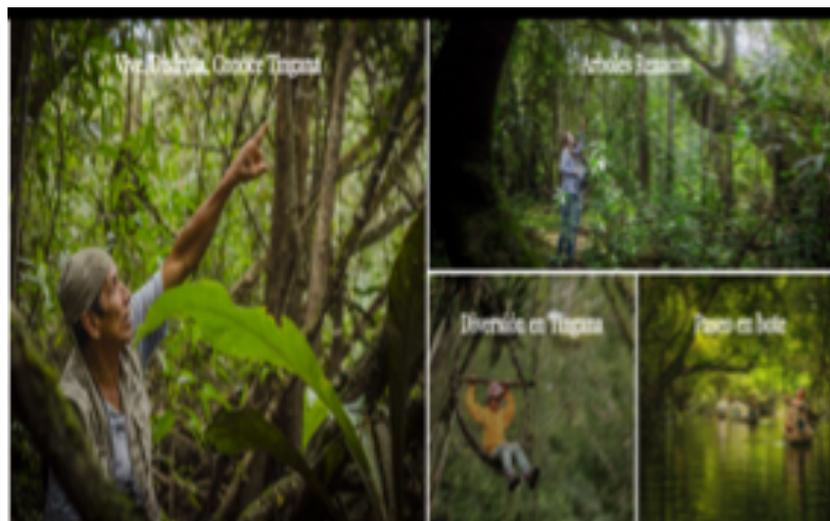


Figura 4: Refugio Natural Tingana, Por Tingana.org (2018)

Este proyecto de turismo comunitario busca la inmersión de la comunidad en las actividades turísticas, haciendo uso de los recursos con los que cuentan; pero además promueve la preservación y la participación activa de la localidad la cual conoce a profundidad el cuidado que se le debe brindar a este entorno, también ofrece oportunidades para el desarrollo de investigaciones científicas vinculadas con la flora y fauna silvestres. (TINGANA, 2018).

La comunidad Karanki Magdalena, Ecuador

Este emprendimiento de turismo comunitario se ubica en las laderas del volcán Imbabura, en los Andes ecuatorianos y fue patrocinado a través del proyecto turístico ecuatoriano *Go Galapagos – Kleintours*, el mismo se orientó a incorporar a la comunidad mediante el turismo indígena, contribuyendo así a mejorar su calidad de vida. Las casas de Karanki, sirven de alojamiento para los visitantes, allí estos tienen la oportunidad de vivir una experiencia extraordinaria de convivencia y aprendizaje, entrar en contacto con la cultura de esta comunidad al participar en las actividades cotidianas (OMT y OEA, 2018).

Este emprendimiento ha contribuido de manera positiva con el desarrollo de esta comunidad al mejorar las condiciones laborales de 22 familias locales, las cuales brindan a los visitantes servicios de hospedaje, venta de tejidos tradicionales, alquiler de caballos y áreas sociales. Otro aporte se observa en el empoderamiento que han adquirido las mujeres al integrarlas a la cadena de valor de estos emprendimientos con trabajos desde el hogar, permitiéndoles percibir más ingresos adicionales e impulsar la educación de sus hijos. En la conservación del ambiente, la comunidad ha sido capacitada para sustituir el uso de productos químicos en los cultivos, por técnicas de cultivo orgánico, gestión de residuos, entre otros. (OMT y OEA, 2018).

Conclusiones

A nivel mundial, se observa como la dimensión territorial del desarrollo adquiere cada vez mayor relevancia en las políticas adoptadas por los gobiernos. Tal relevancia se fundamenta en los aportes de este enfoque para la transformación económica, productiva, ambiental, política, institucional, física, cultural y social de los territorios. En el ámbito rural ha contribuido a cambiar su visión, al revalorizar y reconocer los aportes al desarrollo de las comunidades rurales, mediante el desarrollo de actividades económicamente productivas y de servicios, complementarias a la agricultura.

Dentro de estas actividades destaca el turismo comunitario, como una estrategia que ha contribuido con el desarrollo de las comunidades rurales menos privilegiadas. Las evidencias empíricas muestran como al empoderar las comunidades para gestionar actividades turísticas dentro de sus localidades se ha logrado: diversificar la estructura productiva, generar empleos, valorizar las potencialidades de los territorios, rescatar las tradiciones y costumbres de las comunidades, alcanzar un manejo sostenible de los recursos e incorporar a la mujer en el desarrollo de actividades económicas. De este modo, el turismo comunitario se perfila como una actividad clave para el desarrollo rural, en la medida que fomenta la reducción de los niveles de pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades rurales.

Referencias

Albuquerque, F. (2014). Evolución del desarrollo territorial: situación actual, crisis y perspectivas. En: Elementos de Innovación y Estrategia (6). Barcelona: Diputación de Barcelona. Recuperado de <http://www1.diba.cat/uliep/pdf/54057.pdf>.

Albuquerque, F., Costamagna, P., Pérez, S. (2015). Enfoque, estrategias e información para el desarrollo territorial. En: Los aprendizajes desde Conecta DEL. Washington: Conecta DEL-Fondo Multilateral de Inversiones.

Alvear, Quishpe y Enríquez (2016). Turismo comunitario como alternativa de desarrollo en la comunidad de Cotococha Pastaza – Ecuador. *Revista Publicando* 3(7), 203 - 219. Recuperado de <https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/93>.

Barrera, E. (2005) Turismo rural, la experiencia argentina y el potencial de México. En: Dachary, A.; Orozco, J., Arnaiz, S. (Coord.) Desarrollo rural y turismo. México: Universidad de Guadalajara, Universidad de Buenos Aires.

Bravo, O. y Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Espacios* (39) 07, 28-42 Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>.

Burbano, A. (2011). Turismo Comunitario en Colombia, Caso: La Ruta del Sur. [Figura] Recuperado de <http://annieburbano.com/2011/02/turismo-comunitario-en-colombia/>.

Burgos, R. (2015). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos* 13 (26), 193-214. Recuperado de <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2016.0026.08>.

Cañada, E. (2010). Perspectivas del Turismo Comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales. El TC adquiere un nuevo sentido estratégico, como parte de un proceso mucho más amplio de empoderamiento social. *Revista Pueblos* (41). Recuperado de file:///C:/Users/Pc/Downloads/perspectivas_del_turismo_comunitario_como_mantener_vivas_las_comunidades_rurales.pdf.

Cañada, E. (2015). La Comercialización Internacional del Turismo Comunitario. La Experiencia en América Latina. *Ara* 5 (2), 23-47. Recuperado de <file:///C:/Users/Pc/Downloads/ARA52REVISTA.pdf>.

Casas, A., Soler, A. y Pastor (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de Turismo* (30), 91-108. Recuperado de <file:///C:/Users/Pc/Desktop/CORRECCIONES%20TESIS/TC-POBREZA.pdf>.

Echeverri, R. y Rivero, M. (2002). Nueva ruralidad visión del territorio en América Latina y el Caribe. San José de Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Fondo Mundial para la naturaleza. (2001). Directrices para el desarrollo del turismo comunitario. Suiza: Fundación Rufford y la Fundación MAVA. Recuperado de http://awsassets.panda.org/downloads/directrices_para_el_ecoturismo_comunitario_wwf.pdf

Fundación Maquita Comercio Justo (2018). Turismo comunitario internacional. Recuperado de <http://maquita.com.ec/index.html#empresas>.

Gómez S. (2003). Nueva Ruralidad. (Fundamentos teóricos y necesidad de avances empíricos). Seminario Internacional El mundo rural: transformaciones y perspectivas a la luz de la nueva ruralidad. Bogotá. Recuperado de <http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Nueva%20Ruralidad%20-%20Sergio%20G%C3%B3mez%20-%20I.C.S.%20Chile.pdf>.

Henríquez, Zechner y Cioce (2010) Turismo y sus interacciones en las transformaciones del espacio rural. *Revista Austral de Ciencias Sociales* (18) 21-31. Recuperado de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/racs/n18/art02.pdf>.

Kapawi ecolodge – Ecuador (2018). Empresa de turismo comunitario. [Figura]. Recuperado de <http://kapawi.com/>

Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. Ginebra, Suiza: Organización Internacional del Trabajo Recuperado de http://www.ilo.org/empent/Publications/WCMS_117525/lang--es/index.htm.

Maquita turismo comunitario-internacional (2018). Operadora de Turismo Comunitario. [Figura]. Recuperado de <http://maquitaturismo.com/>.

Moncayo, D. (2011). El turismo comunitario y su incidencia actual en el desarrollo turístico de la parroquia San Fernando del Cantón Ambato provincia de Tungurahua. Trabajo de grado. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/6792>.

Organización Mundial del Turismo y Organización de Estados Americanos (2018). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Buenas prácticas en las Américas. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419937>.

Orgaz, F. (2013). EL turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de los destinos subdesarrollados. *Nómadas* (38) 1-12. Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42908.

Palomino, B., Gasca, J. y López, G. (2015) El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable* (30), 6-37. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193443689001.pdf>

Pérez, E. (2001). Hacia una nueva visión de lo rural. CLACSO. En: Una nueva ruralidad en América Latina? Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100929011414/2perez.pdf>.

Rodas, M., Ullauri, N. y Sanmartín I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *RICIT* (9), 60 - 77. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5309454>.

Tingana - Perú (2018). Refugio Natural Tingana. [Figura]. Recuperado de <http://tingana.org/nuestros-servicios/>

Capítulo 3

Las técnicas lúdicas: una estrategia de integración para fortalecer el emprendimiento social en las comunidades rurales.

Autor:

Verónica Elisabeth Montenegro V.



Resumen

El emprendimiento social es un mecanismo que permite gestionar colectivamente la solución de los problemas presentados en las comunidades más vulnerables, el mismo se fundamenta en el trabajo colectivo. En esta dirección, se ha establecido un proceso de vinculación entre la Universidad de las Fuerzas Armadas con la comunidad Belisario Quevedo; donde se ha evidenciado un alto potencial natural, social y cultural para el desarrollo de emprendimientos de tipo social, el cual no ha sido aprovechado por la falta de organización social de los productores y el trabajo colectivo. En esta orientación, el objetivo del proyecto se orientó a implementar técnicas lúdicas como estrategias de intervención social, para promover la integración y el trabajo en equipo de sus miembros como base del empoderamiento y participación activa en las actividades relacionadas con su propio desarrollo. Metodológicamente, el estudio se fundamentó en la revisión de literatura sobre el emprendimiento social y la lúdica como estrategia de aprendizaje, los cuales constituyeron la base para diseñar las estrategias de intervención en la comunidad Belisario Quevedo. Entre las conclusiones de la investigación, se destaca la importancia del emprendimiento social para promover el desarrollo de las comunidades rurales, en la medida que permite mejorar el bienestar y la calidad de vida de la población.

Palabras clave: emprendimiento social, lúdica, técnicas lúdicas de integración, aprendizaje.

Introducción

Con frecuencia las comunidades rurales por sus características y naturaleza de la “ruralidad”, han presentado limitaciones para promover el emprendimiento social, desde una postura amplia que abarque la incorporación de los miembros de la comunidad en el desarrollo de acciones, actividades y procesos generadores de valor social. Bajo esta perspectiva, en este estudio se abordan las técnicas lúdicas como una estrategia de sensibilización y aprendizaje para contribuir con la creación y consolidación de iniciativas de emprendimiento social en las comunidades rurales.

Se seleccionó como objeto de estudio la parroquia Belisario Quevedo del cantón Latacunga, caracterizada básicamente por sus potencialidades para la actividad agrícola y la cría de animales, lo cual aportó las bases para el establecimiento de un programa

de formación que vincula la Universidad Fuerzas Armadas (ESPE) y la comunidad, en la búsqueda de promover la intervención social a través de actividades motivacionales, charlas y talleres para la formación y fortalecimientos de emprendimientos sociales.

Dentro de estas actividades, destaca la aplicación de estrategias lúdicas como un mecanismo para promover un cambio de actitud en los miembros de las comunidades en cuanto a la necesidad de trabajar de manera colectiva, en la creación de emprendimiento sociales que den respuestas a los problemas de todos los pobladores.

Metodológicamente, se procedió a la revisión de los fundamentos teóricos relacionados con el emprendimiento social y la lúdica como estrategia de aprendizaje, los cuales se aplicaron posteriormente en el campo empírico de la comunidad objeto de estudio. Los hallazgos de la investigación, demuestran la importancia del emprendimiento social para potenciar el desarrollo de las comunidades rurales al mejorar la calidad de vida de sus pobladores. Así mismo, se enfatiza en la adopción de estrategias de intervención social como las actividades lúdicas, configuradas como una herramienta que favorece la participación de los miembros de la comunidad en actividades colectivas que contribuyan con su desarrollo económico y social.

Desarrollo

Nueva ruralidad y desarrollo en la Parroquia Belisario Quevedo

En el marco de la nueva ruralidad, a nivel mundial se observa como el medio rural y la agricultura han sufrido transformaciones sociales, económicas, políticas, institucionales, culturales y ambientales que han dado origen a nuevas estructuras organizacionales y sociales que plantean grandes desafíos para las comunidades rurales en la medida que se requiere aprovechar al máximo las potencialidades de los territorios. En tal sentido, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA (2000) establece que:

Es un hecho contundente que el espacio rural en los países americanos ha venido evolucionando, enfrentándonos hoy a un nuevo escenario rural, basado en un carácter territorial, que permite visualizar los asentamientos humanos y sus relaciones en un continuo rural-urbano expresado, entre otros aspectos, en el desarrollo progresivo de actividades agrícolas no tradicionales y actividades no agrícolas en el medio rural. Profundas innovaciones han ocurrido en este campo, observándose nuevas orientaciones productivas como el cultivo de bioenergéticos, plantas medicinales, artesanías, turismo rural, forestación, agricultura orgánica, agricultura sostenible, granjas de especies menores, empresas de

servicios rurales y una mayor integración de la cadena agroproductiva y comercial con expresiones organizativas en el campo, la ciudad y en el extranjero (p. 8).

Por su parte, Pellegrino (2014) apunta que las transformaciones impulsadas desde los fundamentos de la nueva ruralidad se precisan en:

- a.** Cambios en la organización territorial en las actividades económicas, producto de las transformaciones en las actividades agrícolas y pecuarias mediante la articulación con otros procesos productivos y la incorporación de actividades no vinculadas anteriormente al medio rural, en la generación de nuevos emprendimientos comunitarios que buscan mejores condiciones de vida que en la ciudad no se pueden encontrar.
- b.** Cambios en la configuración del territorio mediante la determinación de nuevos usos del suelo, que dan lugar a actividades y formas de localización antes no conocidas en territorios rurales (como son las localizaciones de los corrales de engorde de ganado (feedlots), la ubicación de industrias referidas al agro, espacios residenciales, actividades transitorias recreativas, entre otras); nuevas formas de distribución de la población, con flujos de población en ambas direcciones y ajustes en el sistema funcional e infraestructural que generan la conectividad entre áreas urbanas y rurales.

Las transformaciones descritas se han impulsado en la medida que la nueva ruralidad presenta una nueva visión de la agricultura, bajo la cual la actividad agrícola ha dejado de enfocarse solamente como un medio de producción de alimentos para la subsistencia de las comunidades rurales más desfavorecidas, sino que esta presenta un carácter multifuncional que puede aprovecharse para promover el desarrollo de los territorios en todas las dimensiones. De acuerdo con el IICA (2014) los fundamentos de esta propuesta se sustenta en:

- a.** El aumento de la producción, la productividad y la seguridad alimentaria.
- b.** El fortalecimiento de la identidad territorial mediante la preservación del territorio y el rescate de los valores culturales.
- c.** El fomento de una nueva cultura agrícola y rural orientada hacia la protección de la biodiversidad y los recursos naturales.
- d.** El incremento de los niveles de participación de los miembros de la comunidad para fortalecer el desarrollo democrático y la ciudadanía rural.
- e.** El desarrollo de acciones afirmativas para visibilizar y apoyar la participación de las mujeres, habitantes de los primeros pueblos (indígenas) y jóvenes, en los proceso de desarrollo nacional desde lo rural.

Los aportes antes descritos, se materializan en la medida que los territorios ejecuten en la práctica el diseño de innovaciones, instrumentos, mecanismos y políticas que permitan empoderar a los miembros de las comunidades para que puedan participar activamente en la solución de los problemas de sus comunidades, pues a nivel rural en muchas comunidades aún persisten ciertos desequilibrios que demandan soluciones.

En este contexto de desequilibrios se ubica la parroquia Belisario Quevedo, la cual forma parte del Cantón Latacunga de la Provincia Cotopaxi (Ecuador) y geográficamente, se localiza al sur-oeste del Cantón Latacunga, caracterizada como una zona rural donde las principales actividades se relacionan con el cultivo de tierras y la cría de animales domésticos de consumo (vacas, ovejas, cuyes, conejos, gallinas, etc.).

La parroquia dispone de un alto potencial de recursos naturales, culturales y sociales para la diversificación de la estructura productiva. De acuerdo con Chacón (2017), la actividad predominante en la zona es eminentemente agrícola y pecuaria, originada en la tradición de las haciendas que predominaron históricamente en la región. Tales actividades contribuyen en un 56,9% al crecimiento económico de la parroquia.

La concentración de las actividades económicas en la agricultura, ha generado limitaciones en la comunidad Belisario Quevedo para promover un proceso de desarrollo rural donde se aproveche al máximo el potencial de recursos naturales, culturales y sociales, se oriente el trabajo colectivo, se promueva la transformación de la estructura productiva y la reducción de los niveles de pobreza rural.

Entre los problemas que limitan el desarrollo rural de la zona se encuentran: los bajos niveles de productividad, la escasa diversificación de las actividades agropecuarias, la ausencia de emprendimiento, el analfabetismo y, los bajos niveles de ingreso. Estos problemas son consecuencia de la falta de organización social y comunitaria de los productores.

El último problema mencionado, se ha configurado históricamente como un aspecto que ha limitado el desarrollo de las actividades productivas en las comunidades rurales, como muestra de lo descrito, cabe destacar que a partir del trabajo de campo desarrollado durante el proyecto de vinculación entre la ESPE y la parroquia Belisario Quevedo, se diagnosticó que las actividades productivas son realizadas de manera particular por cada productor, lo cual demuestra la necesidad de organizar la comunidad para generar emprendimientos sociales, que permitan mejorar la calidad de vida de la población mediante la generación de nuevos empleos, la diversificación de las actividades productivas y la generación de valor agregado; ya que esta posee el potencial para desarrollar otras actividades que permitan la diversificación de los ingresos de sus pobladores.

En un trabajo previo realizado por Chacón (2017), se reafirma el diagnóstico anterior al evidenciar mediante un estudio que la parroquia objeto de estudio presenta:

- a.** Un limitado aprovechamiento de los recursos naturales, culturales y alimenticios.
- b.** El temor de los miembros de la comunidad a emprender nuevas iniciativas para la diversificación de sus ingresos, debido a que estos se han dedicado principalmente a la agricultura y ganadería.
- c.** La desorganización social- política, debido a la poca diversificación de las actividades y la falta de integración entre los productores, por temor a perder el espacio territorial donde se han consolidado.
- d.** Una gran diversidad de productos agrícolas con usos y características que no han sido divulgados y que pudieran ser aprovechados como potencial gastronómico en la preparación de platos típicos tradicionales en la Parroquia.

Frente a esta realidad, se plantearon estrategias para consolidar la interacción entre los miembros de la comunidad y el equipo de la ESPE, como mecanismo para promover y fortalecer la organización social comunitaria en los procesos de emprendimiento social a nivel rural. Durante la vinculación, además de fortalecer los procesos de organización, producción y tecnificación de los procesos productivos, se realizaron charlas y talleres motivacionales para la consolidación de la identidad territorial y la valoración de los productos locales.

Las actividades mencionadas se realizaron en el ambiente sociocultural de la propia comunidad, permitiendo comprender el mundo de lo rural a través de la forma de vida de las familias, las cuales se configuran como los agentes de producción que a partir de sus conocimientos y vivencias, pueden promover procesos de emprendimiento exitosos, que se adapten a las necesidades y características de los territorios rurales.

Como mecanismo de interacción con los miembros de la comunidad y, para garantizar su participación en el proyecto de vinculación, se aplicó una estrategia de integración, trabajo en equipo, sensibilización y aprendizaje basada en el uso de técnicas lúdicas, las cuales facilitaron la integración entre los miembros de las familias, así como entre las distintas familias, destacando el interés por conformar alianzas comunitarias para impulsar la creación de emprendimientos que contribuyan con el desarrollo rural de la zona.

Fundamentación teórica del emprendimiento social, características y aportes al desarrollo

A nivel rural se evidencia un cambio en la percepción del aporte de las comunidades rurales al desarrollo, lo cual ha conducido a la reestructuración de las dinámicas productivas vinculadas con la agricultura. En este panorama, el sector rural se ha convertido en un semillero para la creación de nuevos emprendimientos orientados a diversificar la estructura productiva de las comunidades rurales, mediante la creación de empresas tanto agrícolas como no agrícolas, como un mecanismo para agregar valor y disminuir el riesgo derivado de la naturaleza de las actividades agrícolas.

En esta dinámica de transformación, bajo los fundamentos de la nueva ruralidad, se observa como a nivel de las comunidades rurales se ha insertado el emprendimiento social como un proceso impulsado por la acción individual o colectiva de un actor o un conjunto de actores que, como miembros de una comunidad u organización, encauzan acciones para la promoción de procesos emprendedores generadores de valor social para las comunidades.

A pesar de la gran difusión de estas iniciativas a nivel académico, político, económico y psicológico, no existe un consenso sobre el significado de este tipo de emprendimiento, pues se evidencia la existencia de múltiples interpretaciones del término. Algunos autores, lo definen sobre la base de un proceso, de una empresa, de las características de quienes emprenden, entre otros aspectos.

Desde esta perspectiva, el emprendimiento social es un proceso dinámico que evoluciona en la medida que se generan cambios en las necesidades y demandas de las comunidades. No obstante, en la literatura especializada aún no existe un acuerdo sobre la definición del proceso descrito, pues para algunos autores su definición debe partir de un conjunto de rasgos que abarcan las características individuales de los emprendedores sociales, su comportamiento, sus líneas de actuación, los recursos y procesos que emplean para promover el proceso y, su misión (Apetrei, Ribeiro, Roig, Salvador y Mas, 2013).

Sobre la base de los planteamientos de Curto (2012), el emprendimiento social surge como respuesta a: i) la incapacidad de los gobiernos para garantizar apropiadamente las necesidades sociales de la población mediante la prestación de los servicios públicos y, ii) ante las críticas hechas a la empresa privada por su comportamiento poco ético hacia los diferentes actores que la conforman (trabajadores, clientes, proveedores, sociedad, gobiernos), así como por la falta de políticas para corregir los efectos medioambientales y sociales de sus operaciones. Dentro de estos planteamientos el

autor destaca la existencia de fines sociales, como el aspecto distintivo de los proyectos de emprendimiento social.

Por su parte Guzmán y Trujillo (2008) exponen que el emprendimiento social se orienta al alcance de un equilibrio social dentro de las comunidades, mediante el aprovechamiento de oportunidades. A tal fin, los autores definen el emprendimiento social como un:

(...) tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales. (p.110)

Así mismo, Pantoja (2013) presenta una definición amplia del emprendimiento social al concebirlo como un proceso complejo que comprende todas:

(...) aquellas acciones, actividades y procesos que son guiadas por un objetivo social, el cual busca la creación de valor social dentro de una comunidad determinada, y que ocupa un lugar prioritario entre todo el resto de metas que éste pudiese tener. De modo tal, que las oportunidades que sean aprovechadas, y co-construidas a través de su accionar, sirvan para corregir un problema social, generando soluciones innovadoras, ya sea en el producto/ servicio entregado o en su modelo de negocio que impliquen una respuesta a dicho problema que sea mejor que el resto de opciones existentes (si es que existen). (p. 31)

De este modo, Pareja (2013) considera el emprendimiento social como una forma de modelo de negocio empresarial sostenible, que tiene como objetivo alcanzar un impacto social en las comunidades donde se crean, para lo cual se deben considerar algunos aspectos como la forma organizacional, los objetivos estratégicos, la forma de financiamiento, la relación con los stakeholders, la aplicación de procesos de innovación, la tecnología, los sectores de actuación y los clientes potenciales.

En el marco de la economía social, Del Cerro (2016) define el emprendimiento bajo la modalidad de empresa social, enfatizando en una forma de organización que puede operar en cualquier sector de la economía, cuyo objetivo principal es generar un impacto positivo en lo social o ambiental en un contexto de rentabilidad y sostenibilidad.

En esta orientación, Martínez (2018) apunta que los emprendimientos sociales no deben confundirse con acciones de responsabilidad social; como tampoco pueden ser considerados como un tipo de fundación que provee soluciones que los gobiernos no han podido atender por falta de recursos o interés. Igualmente resalta que a diferencia de la empresa privada, este tipo de emprendimiento, aunque busca generar riqueza, lo hace

para proveer valor y bienestar para una comunidad mediante la aplicación de modelo de gestión sustentable, sostenible y replicable. Bajo este enfoque el emprendimiento social es un proceso:

(...) para empoderar al otro, para que este reconozca que desde su lugar, sus condiciones, sus creencias, sus rasgos, es capaz de generar su propio bienestar. Y esto involucra un alto sentido de compromiso social, pero también la sensibilidad de reconocer oportunidades en el mercado, técnicas y metodologías para participar de manera competitiva, contando la historia de quien fabrica, construye o sirve, esperando así cambiar la conciencia colectiva y aportar para crear una condición social más justa, inclusiva y próspera para todos (Martínez, 2018, p. 97).

Desde los planteamientos de Arrieta (2018) el emprendimiento social es un medio de inclusión social que tiene como objetivo mejorar el bienestar social y la calidad de vida de los sectores menos privilegiados y vulnerables de la sociedad; fundamentado en criterios éticos, así como del desarrollo sustentable y sostenible.

En este estudio, se considera que el emprendimiento social es una modalidad o vertiente del emprendimiento en general, impulsado por los miembros de una comunidad, quienes a partir de la identificación de sus necesidades, recursos disponibles, así como de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el territorio para emprender procesos de desarrollo, deciden de manera concertada emprender actividades que más allá de un beneficio económico, generen un valor social para la comunidad.

Sobre la base de las conceptualizaciones expuestas, algunos autores como Apetrei, Ribeiro, Roig, Salvador y Mas (2013) resumen los principales rasgos del emprendimiento social en:

- a. Surge en un entorno caracterizado por la incertidumbre.
- b. El emprendedor social nace en una sociedad asumiendo un compromiso con su desarrollo. Su principal objetivo es la creación de valor para la sociedad en su conjunto, para lo cual promueve acciones dirigidas hacia la resolución de los principales problemas que afectan las comunidades en las que se desempeñan.
- c. Los entornos innovadores favorecen el emprendimiento social, pues se ha demostrado que la innovación es uno de los rasgos fundamentales de los emprendedores que generan ideas para adoptar mecanismos alternativos viables y eficaces, que aporten en la resolución de los principales problemas económicos, sociales, políticos, ambientales, culturales institucionales que afectan sus comunidades.

Centrándose en el individuo, Curto (2012) identifica al emprendedor social por las siguientes características: se esfuerza en crear valor social en las comunidades, posee

una gran habilidad para identificar necesidades sociales, propone soluciones mediante la puesta en práctica de ideas innovadoras, su aversión al riesgo está por debajo de la media y no dispone de suficientes recursos para la puesta en práctica de los emprendimientos.

Por su parte, Silberstein y Galli (2016) al estudiar los factores que han contribuido con el éxito de los emprendimientos sociales, los caracteriza por los siguientes aspectos: la capacidad de innovación, la habilidad para promover y potenciar las capacidades de los miembros de las comunidades, la habilidad para movilizar recursos, el liderazgo comprometido, una visión enfocada en crear valor público, y la destreza para impactar más allá de su radio directo de acción

Para Moreno (2018), los emprendedores sociales se caracterizan por la presencia de dos atributos altamente sobresalientes: i) la aplicación de ideas innovadoras con potencial para generar una transformación social radical; y ii) una visión emprendedora en la ejecución de los emprendimientos. En resumen, son individuos que destacan por tener una visión clara de lo que persiguen y que además poseen características asociadas a los emprendedores empresariales, tales como la creatividad y la determinación, “pero su motivación es la de generar un cambio social profundo y duradero y no el beneficio económico” (p. 65).

Siguiendo a Patiño, Cruz y Gómez (2016), la existencia de algunas condiciones básicas para el desarrollo de emprendimientos sociales son: una buena idea que pueda materializarse en un producto social de emprendimiento, la creatividad para consolidar la idea, el potencial para extender el impacto social del emprendimiento, la calidad empresarial y, la ética para la gestión del proceso de emprendimiento con criterios social.

Entre las principales competencias que caracterizan a los emprendedores sociales, Sastre (citado por Patiño, Cruz y Gómez, 2016) precisa el alto nivel de compromiso social, la capacidad de hacer frente a las adversidades, el asumir riesgos en situaciones de incertidumbre, la generación de confianza y credibilidad de sus acciones ante terceros, la creatividad y la apertura para el desarrollo de nuevas ideas. A estas competencias, para fines de este estudio se agregan las relacionadas con el trabajo en equipo, la motivación para abordar el desarrollo social desde una perspectiva interdisciplinaria y su capacidad colaborativa para generar valor social para las comunidades.

Por otra parte, el análisis de este nuevo modelo de emprendimiento, ha evidenciado que el valor social de éstos se sustenta de acuerdo, Silberstein y Galli (2016) en que:

- a. Fortalecen los conocimientos de las comunidades de menos recursos, mediante la educación y el apoyo brindado.
- b. Potencian las comunidades menos privilegiadas mediante el uso de tecnologías de

- información y comunicación.
- c.** Contribuyen con el mejoramiento del bienestar y la calidad de vida en comunidades de bajos recursos.
 - d.** Disminuyen la brecha digital.
 - e.** Disminuyen las tasas de analfabetismo.
 - f.** Generan bienes y servicios más accesibles a los miembros de las comunidades.
 - g.** Ofrecen oportunidades de empleo a las personas con más vulnerabilidad social.
 - h.** Empoderan a las mujeres y jóvenes que no cuentan con empleo ni estudian.
 - i.** Defienden los derechos humanos de las comunidades más desprotegidas.
 - j.** Abordan graves problemas socioeconómicos, reducen la desigualdad y mejoran la calidad de vida de las personas y su productividad general.
 - k.** Protegen los recursos naturales.
 - l.** Utilizan las artes, la educación y el deporte como herramienta de transformación social y comunitaria.

Centrándose en esta última herramienta, para el desarrollo de las competencias descritas en los miembros de la comunidad que integran la parroquia Belisario Quevedo, durante el proceso de vinculación se aplicaron las técnicas lúdicas, de manera que a través del juego y la educación se impulsó un cambio de actitud de los participantes en cuanto al emprendimiento. De esta manera se promovió un proceso motivador para conformar un equipo “fuerte” con competencias para el emprendimiento social.

El cambio descrito se fundamentó en un acercamiento entre los profesores y estudiantes de la Universidad Fuerzas Armadas que participaron en el proyecto y, los miembros de la comunidad, lo cual permitió determinar las fortalezas y las falencias presentadas en esta parroquia para promover un proceso de emprendimiento social, en los términos de una herramienta dirigida hacia la resolución de los problemas sociales, mejorando la calidad de vida de los miembros de la comunidad.

La lúdica

En el Diccionario de La Real Academia Española (RAE, 2018) se define el término lúdico desde una postura polisémica que, en términos generales, se asocia con el juego en sus diversas manifestaciones. No obstante, como experiencia cultural, la lúdica trasciende el juego, pues tiene una dimensión transversal implícita en la vida de los individuos.

Por ende, las bases de la lúdica trascienden las prácticas, las actividades, los postulados de una ciencia o disciplina, para concebirse como un proceso amplio y multidisciplinario que contribuye con el desarrollo humano en todas sus dimensiones (psíquica, social, cultural y biológica). Basándose en esta perspectiva, Jiménez (2013) aborda la lúdica desde una postura ligada a la cotidianidad, en la medida que aporta los fundamentos para el desarrollo de la creatividad humana en la búsqueda del sentido de la vida.

Para fines de este estudio, se parte de la premisa que todo juego es lúdico, pero todo lo lúdico no es juego. Esto significa, que semánticamente los fundamentos de la lúdica trascienden los aspectos relacionados con el juego, pues éste último es una manifestación donde se plasma lo lúdico, que en sentido amplio abarca la espontaneidad del ser humano, su personalidad y competencias, lo cual reafirma que lo lúdico está implícito en el propio ADN de cada individuo.

En tal dirección, cabe mencionar que los seres humanos durante su vida además de las actividades cotidianas de carácter laboral y familiar, experimentan vivencias que les aportan felicidad, tranquilidad, serenidad y placidez, presentándose la lúdica como una sensación concretada en una actitud hacia la vida que atrae, seduce y convence en el sentido íntimo de querer hacer o materializar algo, hasta el punto de obviar la propia individualidad del ser humano.

En la perspectiva descrita, se reafirma la lúdica como un proceso integrador que basándose en la experiencia, el pensamiento y los sentimientos del individuo, favorece la elaboración de un conjunto de representaciones simbólicas que lógicamente se articulan con el conocimiento y la comunicación humana. Se destaca la manifestación del pensamiento metafórico, que es esencialmente lúdico a través de algunas actividades como el humor, los juegos de rol, la poesía, la literatura y el arte.

Entre los aportes de las actividades lúdicas para el desarrollo del individuo se precisa la optimización de la motivación, la atención, la concentración, así como la adquisición de información y el aprendizaje como base de la generación de nuevos conocimientos. También favorece el cambio del individuo ante determinadas situaciones, la capacidad de recordar y de establecer relaciones sociales en ambientes dinámicos, flexibles y fluidos.

De este modo, la lúdica se ha comenzado a emplear como una práctica pedagógica, que permite desarrollar un proceso de enseñanza-aprendizaje que conduce a la formación integral del individuo, promoviendo el aprendizaje significativo a partir del uso de medios colaborativos y participativos. Estos últimos favorecen el desarrollo del

pensamiento del individuo, en la medida que sustentan su actuación en determinadas situaciones que exigen una articulación de la teoría y la práctica.

Al respecto, resulta de interés mencionar que existen diferentes tipos de técnicas lúdicas, las cuales varían en función de la naturaleza del grupo focal, sus características y necesidades, así como de la creatividad del actor que las aplica. En líneas generales, estas técnicas pueden tener un carácter constructivo, argumentativo, didáctico e intelectual, y al mismo tiempo pueden desarrollarse al aire libre o en espacios cerrados, según los requerimientos de los grupos.

Para fines del proyecto de vinculación que fundamentó este estudio, las técnicas lúdicas implementadas se concibieron como un mecanismo de intervención social que promovió la conexión entre los miembros de la comunidad con los estudiantes y docentes universitarios. Esto se fundamentó en el juego definido como una actividad idónea para la transferencia del mensaje que impulsó la motivación de los miembros de la comunidad para el emprendimiento social, como base del desarrollo de la Parroquia Belisario Quevedo.

Fases de la intervención para el fortalecimiento del emprendimiento social en la Parroquia Belisario Quevedo.

El diagnóstico de la realidad evidenciada en la comunidad objeto de estudio, y sobre la base de la fundamentación teórica expuesta se planificaron las actividades de intervención en cuatro fases. La primera, se centró en el levantamiento de los escenarios como base del diseño de un enfoque para la acción (Tabla N° 1). Este diagnóstico permitió determinar que la primera intervención requerida estaba relacionada con la motivación y el desarrollo personal, lo cual permitió a los miembros de la comunidad valorar sus actividades, afianzar su identidad y, comprender que sin su trabajo una buena parte de la población de la parroquia Belisario Quevedo, no puede acceder a una alimentación sana y adecuada (seguridad alimentaria).

La visión descrita aportó las bases para el desarrollo de una segunda fase del proyecto de vinculación referida a la preparación, integración e identificación de los estudiantes y docentes con los fundamentos del mismo, lo cual permitió el desarrollo y fortalecimiento de las competencias requeridas para el trabajo comunitario. El primer encuentro, se enfocó en la relación que cada individuo tiene consigo mismo, abordándose algunos temas de interés como la conciencia plena, las trampas mentales, las conversaciones limitantes, las conversaciones empoderantes y el carisma.

En la tercera fase se promovió el trabajo de equipo, lo cual es una realidad que para muchas personas es un tanto difícil de desarrollar, dado que culturalmente no han sido preparados y formados para este tipo de trabajo. Se actuó en el campo de las conexiones con padre/madre en primera instancia y la resolución de nudos críticos que no permiten un verdadero desarrollo del ser humano en su contexto social. Esta intervención, promovió la toma de conciencia por parte de los participantes sobre la importancia de la relación primaria con mi madre y mi padre, como aspecto formativo que contribuye con el desarrollo del ser humano para la vida en sociedad.

Finalmente la cuarta fase se encauzó en las técnicas de integración e interacción, así como en la determinación de roles y en la selección de las técnicas lúdicas más adecuadas para promover el cambio en los miembros de la comunidad, concretando su motivación para el emprendimiento social. A tal fin, se realizó un taller vivencial para que todos los participantes experimentaran el manejo estratégico de la técnica lúdica de acuerdo con el contexto determinado. Tales técnicas se aplicaron en las capacitaciones de los docentes con los miembros de la comunidad, así como en las visitas de los estudiantes a los hogares que estaban participando en el proyecto de vinculación.

Las intervenciones que conformaron las fases de investigación descritas, se fundamentaron en los principios de la programación neurolingüística, la risoterapia y la psicología positiva, como mecanismos que promovieron el cambio de actitud en los miembros de la comunidad, fomentando al mismo tiempo su motivación para conformar equipos de trabajo comprometidos con el desarrollo social de la comunidad.

Tabla N° 1.

Los escenarios: real, tendencial y alternativo

ESCENARIO REAL	ESCENARIO TENDENCIAL	ESCENARIO ALTERNATIVO
<p>En la actualidad las familias de la comunidad Belisario Quevedo, tienen como principal medio de desarrollo económico el cultivo de varios productos, la producción pecuaria de especies de consumo interno y, un pequeño porcentaje de productos procesados como queso y yogurt.</p>	<p>El crecimiento de medianas y grandes empresas de producción agrícola y pecuaria, incide en el riesgo de desaparición de la producción de los pequeños emprendedores, pues al incrementarse la demanda los precios bajan, lo cual no permite valorar el proceso artesanal implícito en la producción.</p>	<p>Si las familias de la comunidad Belisario Quevedo, comienzan a trabajar bajo criterios de organización comunitaria, cambiando su actitud de individualidad y, planteando proyectos sociales gestionados colectivamente, podrán maximizar sus beneficios; y sus pequeños emprendimientos se incrementarán consecutivamente en función del comportamiento de la demanda.</p>
<p>La comercialización de la producción agropecuaria de la parroquia Belisario Quevedo es baja. Así mismo, no existe una cultura para valorar los productos locales, los cuales son colocados en el mercado a precios muy bajos, que no cubren todo el proceso artesanal implícito en su producción. Esta situación desmotiva a las personas dando como resultado la migración del campo hacia las ciudades.</p>	<p>A futuro el exceso de demanda de productos agrícolas y pecuarios, inducirá una reducción en sus precios, lo cual incidirá en la salida del mercado de los pequeños productores, desapareciendo su única fuente de sustento.</p>	<p>Se busca brindar un servicio de calidez y calidad; que fomente la atracción del cliente para acercarse a la comunidad, desarrollando diversas actividades que promuevan su contacto directo con los productos de la zona. Esto permitirá mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad.</p>

Fuente: Elaboración propia (2018).

Técnicas lúdicas y de integración

A continuación se presentan algunas de las técnicas lúdicas empleadas en el proyecto de vinculación para integrar los grupos en el proceso de motivación para el emprendimiento social:

- a. **La vida de uno:** tiene como objetivo cuestionar la vida del individuo, así como el nivel de metas verdaderamente personales que pretende alcanzar para realizarse como ser humano. Para su desarrollo, durante un lapso de quince minutos cada participante escribe en una hoja, de 1 a 20 cosas que pretenda realizar en la vida. Luego se colocan al lado izquierdo de cada afirmación, uno de los siguientes números como mecanismo de valoración: i) 1: importante para mí, debo realizarlo de cualquier modo; ii) 2: importante para mí, pero sin máxima urgencia; iii) 3: puede esperar. Luego, cada participante presenta su lista y el resto –sin estar al tanto de las siglas colocadas- determina para cada cosa el número que considere más adecuado. Finalmente se discuten en grupo los puntos de coincidencia y de discrepancia para evaluar los efectos motivacionales de la dinámica (Muñoz, 2009). En el caso concreto de este estudio, la técnica descrita permitió conocer las metas individuales de los miembros de la comunidad que participaron en el proyecto, los cuales en su mayoría no estaban motivados para desarrollar procesos de emprendimiento rural, a pesar de la experiencia en el desarrollo de las actividades agropecuarias. Después del desarrollo de la técnica, los participantes comenzaron a pensar con relación a las actividades que pudieran contribuir el desarrollo integral de su comunidad.
- b. **Hábitos:** tiene como objetivo analizar los hábitos que forman parte de la vida de una persona. La actividad se inicia aplicando un cuestionario que debe contestarse individualmente, para luego ser evaluado con dos compañeros del grupo (Muñoz, 2009).

En el caso del proyecto de vinculación desarrollado en este estudio, se valoraron los siguientes aspectos:

- Actividades desarrolladas.
- Experiencia para las actividades desarrolladas.
- Formas de organización de la producción.
- Trabajo en equipo.
- Actividades realizadas en el tiempo libre.
- Actividades realizadas que contribuyen con el mejoramiento de la vida en sociedad.

- Actividades que pueden emprenderse en la comunidad para mejorar el bienestar social.

Después de entregar el cuestionario, cada participante dispuso de 30 minutos para su resolución. Posteriormente se procedió a la discusión, precisándose como aspectos clave del emprendimiento social en esta comunidad: la creatividad, la innovación y la capacitación del recurso humano.

- c. El lazarillo: tiene como objetivo promover la confianza entre los miembros del grupo. Para su ejecución, se conforman parejas entre los participantes, procurando constituir las entre las personas que tienen menor relación interpersonal. Uno de los integrantes de cada pareja toma el papel de ciego (vendándose los ojos), mientras el otro hace de lazarillo, conduciendo al ciego por el mundo que lo rodea (Muñoz, 2009).

Durante un tiempo de 5 minutos, el lazarillo conduce en silencio al ciego por distintos lugares. Luego se invierten los roles y se repite la experiencia. En el caso de este trabajo, la dinámica descrita permitió a los miembros del grupo conocerse un poco más, generar confianza y familiaridad como aspectos fundamentales que favorecen el trabajo de equipo en proyectos orientados hacia el desarrollo social.

Después de entregar el cuestionario, cada participante dispuso de 30 minutos para su resolución. Posteriormente se procedió a la discusión, precisándose como aspectos clave del emprendimiento social en esta comunidad: la creatividad, la innovación y la capacitación del recurso humano.

El lazarillo: tiene como objetivo promover la confianza entre los miembros del grupo. Para su ejecución, se conforman parejas entre los participantes, procurando constituir las entre las personas que tienen menor relación interpersonal. Uno de los integrantes de cada pareja toma el papel de ciego (vendándose los ojos), mientras el otro hace de lazarillo, conduciendo al ciego por el mundo que lo rodea (Muñoz, 2009).

Durante un tiempo de 5 minutos, el lazarillo conduce en silencio al ciego por distintos lugares. Luego se invierten los roles y se repite la experiencia. En el caso de este trabajo, la dinámica descrita permitió a los miembros del grupo conocerse un poco más, generar confianza y familiaridad como aspectos fundamentales que favorecen el trabajo de equipo en proyectos orientados hacia el desarrollo social.

A partir de las intervenciones realizadas, se ha podido determinar la realidad existente en las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo; considerando el ambiente

cultural de la comunidad y el núcleo familiar, (refiriéndose a las familias campesino-rurales), lo cual toma un lugar preponderante dado que los agentes de producción son todos y cada uno de los miembros de la familia; en sus procesos internos cada uno tiene un rol de ayuda y colaboración en las actividades del campo, este accionar interno-familiar, se presenta como una limitante dado que las personas siempre han trabajado en bien de su familia, más no en comunidad.

Tal situación exige comenzar a trabajar con todos los actores sociales bajo la premisa de un trabajo integrador, para lo que se debe seguir haciendo talleres vivenciales y lúdicos que vayan integrando poco a poco los objetivos comunes. Mediante la intervención de convivencia de los estudiantes en los hogares de la comunidad; donde los jóvenes tenían que convivir en las casas de las familias e ir determinando sus costumbres, su sistema interno, su cultura, sus valores, llevar a cabo las actividades cotidianas; de alguna manera vivenciar lo que ellos hacen todos los días en busca de un buen vivir, se evidenció la necesidad de desarrollar emprendimientos donde se integren todos los miembros de las comunidades.

En este sentido, las técnicas lúdicas y de integración fueron la base sobre la que los estudiantes se apoyaron para poder ingresar a los hogares de personas desconocidas. También destaca que un alto porcentaje de carisma permitió impulsar a las familias para abrir sus puertas con toda la confianza necesaria para mostrar y compartir la intimidad del núcleo familiar.

Otra situación que dio un resultado muy positivo, fueron las capacitaciones y visitas técnicas realizadas por los docentes de las diferentes especialidades que fueron parte del proyecto, cada uno aportó información de interés para que los actores comunitarios puedan mejorar sus procesos de producción, productividad y de comercialización; este último de gran importancia porque en la comunidad objeto de estudio no existen políticas de comercialización de la producción, ni de fijación de precios de los productos que beneficien a los agricultores, lo cual desanima a los actores comunitarios para continuar con la actividad productiva.

Finalmente, la visita realizada de las personas de las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo a las comunidades que ya trabajan con este sistema comunitario integrador, detonó un gran interés permitiendo plantear compromisos de continuar con esta maravillosa idea comunitaria. Estos actores fueron testigos de los mecanismos empleados para la producción, elaboración, comercialización y administración de los diferentes emprendimientos comunitarios que aportan un beneficio social para las comunidades rurales.

Este acercamiento inicial es el primer paso que se debe dar para impulsar un cambio en el pensamiento tradicional de un trabajo independiente, donde la fuerza y energía que se utiliza no da los resultados esperados. Es el inicio de un cambio estructural del pensamiento, donde la sinergia es la base primordial para la consecución de los objetivos y por ende de los beneficios. Es un adelanto en el desarrollo personal, porque a partir del trabajo en equipo se puede aceptar a cada integrante con su valioso aporte de acuerdo a su habilidad o destreza, es en definitiva la creación de un nuevo estilo de vida en el que se propende la calidad y calidez entre todos bajo la premisa de ganar – ganar.

Conclusiones

Sobre la base de los fundamentos teóricos y empíricos expuestos en este estudio, se demuestra la importancia de las técnicas lúdicas para promover el cambio en los individuos y su motivación para participar en emprendimientos comunitarios dirigidos hacia el desarrollo social.

Durante las fases de intervención del proyecto, los talleres de sensibilización contribuyeron con el fortalecimiento del compromiso de los miembros de la comunidad para participar de manera activa y consensuada en su propio desarrollo, lo cual da cuenta de la importancia del empoderamiento de las comunidades al momento de promover el emprendimiento social.

En tal sentido, aun cuando inicialmente los miembros de la comunidad Belisario Quevedo no tenían la motivación para emprender actividades que permitieran mejorar el bienestar social, después de las fases de intervención se encontró que comenzaron a mostrar algunas competencias como el espíritu social, su disposición para las actividades de capacitación, el trabajo en equipo, la creatividad y la capacidad para gestionar colectivamente las potencialidades agrícolas del territorio.

Como se evidencia en las imágenes que se presentan a continuación, la aplicación de estrategias lúdicas permiten consolidar en los miembros de las comunidades las competencias para empoderar mediante el emprendimiento social a los miembros de las comunidades, para que participen en la transformación de la dinámica productiva y social de sus territorios a partir de la generación de un valor social que contribuye con el desarrollo integral de los seres humanos y de la sociedad en general.



Figura 1. Primera intervención. Sensibilización a estudiantes y docentes participantes del proyecto de vinculación. Elaboración propia (2018).



Figura 2. Segunda intervención. Conectando con el equipo. Reencuentro con padre y madre. Elaboración propia (2018).



Figura 3. Técnicas lúdicas de integración e interacción. Elaboración propia (2018).

Referencias

Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., Mas, A. (2013). El emprendedor social: una explicación intercultural. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (78), 37- 52. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17429865004.pdf>.

Arrieta, D. (2018). La necesidad del emprendimiento social para el bienestar social. En Arrieta, D., Alabat, B. (eds.). *Estudios del emprendimiento contemporáneo en América Latina*. Bolivia: Proceedings, pp. 12-18. Recuperado de https://www.ecorfan.org/bolivia/series/Estudio_del_emprendimiento_contemporaneo_en_America_Latina/Estudio_del_emprendimiento_contempor%C3%A1neo_en_America_Latina.pdf.

Chacón, G. (2017). Estudio de las potencialidades turísticas en las comunidades de la parroquia Belisario Quevedo para la generación del turismo rural. Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE). Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/13310>.

Curto, M. (2012). Los emprendedores sociales: Innovación al Servicio del Cambio Social. Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo (13), 1-23. Recuperado de https://www.iese.edu/es/multimedia/Cuaderno%2013_tcm5-75666_tcm42-62547.pdf.

Del Cerro, J. (2016). ¿Qué es el emprendimiento social? *Negocios que cambian el mundo*. México: Nueva editorial Iztaccihualtl.

Guzmán, A. y Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Estudios Gerenciales* (24) 109, 105-125 Recuperado de file:///C:/Users/Pc/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_21211518005.pdf.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2000). *El Desarrollo Rural Sostenible en el Marco de una Nueva Lectura de la Ruralidad Nueva ruralidad*. Dirección de Desarrollo Rural Sostenible. San José, Costa Rica: IICA. Recuperado de <file:///C:/Users/Pc/Desktop/TURISMO%20COMUNITARIO/ruralidad.pdf>.

Jiménez, C. (2013). La lúdica y los nativos digitales. *Lúdica pedagógica* (2)18, 49–57. Recuperado de <file:///C:/Users/PS-5100/Downloads/2166-Texto%20de%20art%C3%ADculo-7349-1-10-20140317.pdf>.

Martínez, R. (2018). Emprendimiento Social: de la caridad al empoderamiento. En Arrieta, D., Alabat, B. (eds.). *Estudios del emprendimiento contemporáneo en América Latina*. Bolivia: Proceedings, 87-96. Recuperado de https://www.ecorfan.org/bolivia/series/Estudio_del_emprendimiento_contemporaneo_en_America_Latina/Estudio_del_emprendimiento_contempor%C3%A1neo_en_America_Latina.pdf.

Moreno, M. (2018). La figura del Emprendedor Social y su papel en la Inserción Sociolaboral. En Arrieta, D., Alabat, B. (eds.). *Estudios del emprendimiento contemporáneo en América Latina*. Bolivia: Proceedings, pp. 87-96 Recuperado de https://www.ecorfan.org/bolivia/series/Estudio_del_emprendimiento_contemporaneo_en_America_Latina/Estudio_del_emprendimiento_

contempor%C3%A1neo_en_America_Latina.pdf.

Muñoz, M (2009). Manual de Juegos y dinámicas de grupo. Recuperado de <https://es.slideshare.net/msmarcia/manual-de-juegos-y-dinamicas-de-grupo>.

Pantoja, J. (2013). Factores que inciden en el emprendimiento social de la Parroquia San José de Quinchinche Cantón Otavalo-Ecuador. UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura (2) 2, 27-36. Recuperado de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521752181004>> ISSN 2305-8552.

Pareja, B. (2013). El emprendimiento social: una introducción a los conceptos, dimensiones y teorías. Servicios Sociales y Política Social (102), 11-22 Recuperado de <http://www.serviciosocialesypoliticassocia.com/el-emprendimiento-social-una-introduccion-a-los-conceptos-dimensiones-y-teorias>.

Patiño, O., Cruz, E. Gómez, M. (2016). Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales. El caso del Premio. Revista Escuela de Administración de Negocios (81), 75-90. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20649705005.pdf>.

Pellegrino, A. (2014). Estrategias de intervención vinculadas a procesos de nueva ruralidad. Aportes para el municipio de Saladillo. XI Simposio de la Asociación Internacional de Planificación Urbana y Ambiental. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/discover?filter_type=author&filter_relational_operator=authority&filter=http://voc.sedici.unlp.edu.ar/node/62585.

Real Academia Española (2018). Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de <http://www.rae.es/>.

Silberstein, B. y Galli, M. (2016). ¿Cuál es el vínculo entre el emprendimiento social y el desarrollo sostenible, y cómo los emprendedores sociales contribuyen a la inclusión social y a la erradicación de la pobreza? Revista Tecsisatcl (20). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/TECSISTECATL/n20/empredimiento>.

Capítulo 4

Las tecnologías de información y comunicación al servicio de la Comunidad Rural de la parroquia Belisario Quevedo.

Autor:
Montaluisa Pilatásig Edgar Fabián



BELISARIO QUEVEDO IZURIETA

Nació en la ciudad de Latacunga el 6 de noviembre de 1883.

Fue Periodista, Educador y Legislador, su memoria ha trascendido por su rectitud moral, su carácter indeclinable y su férrea voluntad pregonadora de los postulados de la ética y la equidad.

Murió el 11 de noviembre

Resumen

En este artículo se analizan los efectos de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de las comunidades rurales. El estudio forma parte del proyecto de vinculación establecido entre la Universidad Fuerzas Armadas y la parroquia Belisario Quevedo. Los resultados dan cuenta de la importancia que tienen las tecnologías de información y comunicación en el empoderamiento de las comunidades rurales, pues contribuyen con el mejoramiento del desempeño de los productores agropecuarios, al aportar información sobre las condiciones de producción, los requerimientos de los mercados, el comportamiento de la competencia, entre otros aspectos.

Palabras clave: vinculación, tecnologías de información y comunicación, comunidad, parroquia Belisario Quevedo.

Introducción

Actualmente, las tecnologías de información y comunicación (TIC) se han convertido en una herramienta, que al ser utilizada adecuadamente contribuye de manera positiva en los procesos de desarrollo económico y social, pues estas al igual que otros servicios vinculados con la educación, salud, educación, agua, electricidad, infraestructura vial, entre otros, mejoran el bienestar, la equidad social, la calidad de vida de las comunidades rurales, incrementan la productividad y competitividad de los sistemas productivos locales, a la vez que son un incentivo para disminuir la migración de los habitantes de estas zonas a las ciudades.

El argumento expuesto, se sustenta en los aportes de González, Nava, Pantoja, Villaroel, y Sanjurjos (2011), al sostener que:

Las transformaciones que se han producido en el ámbito socioeconómico como consecuencia del desarrollo de las TIC condicionan el crecimiento económico ya que estas tecnologías permiten, además de realizar actividades puramente económicas, difundir conocimiento y sobre todo interrelacionar de forma más cómoda y flexible a los distintos agentes sociales, tanto públicos como privados. En este sentido, la consolidación de la sociedad en red es un factor que implícitamente fomenta el desarrollo del capital social y por la tanto el crecimiento económico de los países.

De ahí que uno de los grandes retos de los agentes del desarrollo está en lograr la universalización en el uso de las TIC y disminuir la brecha digital en las comunidades rurales, la cual se produce como consecuencia de la asimetría en el acceso que tienen las personas a las oportunidades y beneficios de las TIC debido a: (i) la falta de acceso físico a tecnologías; (ii) la falta de capacidades para utilizarlas; (iii) el déficit de contenidos y servicios relevantes; y (iv) un marco legal regulatorio que no promueve de manera equitativa los beneficios de la revolución digital para las personas (González, Nava, Pantoja, Villaroel, y Sanjurjos, 2011).

A nivel de los sistemas productivos en las comunidades rurales, los estudios sobre el desarrollo han permitido evidenciar que la falta de acceso a las TIC no ha permitido aprovechar las potencialidades presentes en muchos territorios. Sin embargo, en aquellos donde se ha logrado mejorar el acceso a las TIC se han creado las bases para consolidar la economía social, orientada a disminuir los efectos derivados de la exclusión social de los individuos y colectivos (González, Nava, Pantoja, Villaroel, y Sanjurjos, 2011).

En este estudio, las TIC se han considerado como un soporte para el desarrollo de un programa de investigación denominado *El emprendimiento como base del desarrollo socio económico en las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo: Una mirada desde la cotidianidad*, el cual busca vincular la universidad ESPE con su entorno.

Adicionalmente, se destaca el análisis de los efectos de las TIC en el desarrollo de las comunidades rurales, lo cual constituye la base para empoderar a los pobladores de la parroquia Belisario Quevedo (Ecuador) en el uso de las TIC, de manera que puedan mejorar sus emprendimientos mediante campañas de correo, promoción a través de redes sociales, sistemas de información y otras herramientas tecnológicas que coadyuven con el mejoramiento de los procesos relacionados con la producción y comercialización de sus productos.

Este objetivo se concretó mediante una serie de videoconferencias y talleres de capacitación en las áreas agrícola, comercial y financiera; así como de capacitaciones en el uso de los sistemas de telefonía para fines de contacto, venta y distribución de los productos y servicios ofrecidos.

Desarrollo

Efectos de las TIC en el desarrollo de las comunidades rurales y la potencialización de los emprendimientos rurales agrícolas

A nivel mundial se observa cómo las tecnologías de información y comunicación (TIC), al ser aplicadas de manera responsable han tenido un impacto positivo en todas las dimensiones económica, política, social, cultural, institucional y ambiental- que conforman la sociedad. De acuerdo con los planteamientos de Brossard (2016), estas se han convertido en una herramienta de apoyo en los procesos de desarrollo por ser un medio “indispensable en todos los sectores de la actividad económica, social y cultural. El acceso y uso de ellas son, hoy en día, indispensables para el logro de los objetivos de desarrollo, crecimiento y bienestar social de las naciones” (p.97).

Traduciendo los aportes de las TIC al desarrollo en cifras, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2012), indica que éstas han tenido un aporte positivo en la innovación, el bienestar, el crecimiento económico y el desarrollo de los países. Esto a nivel mundial representa un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 16% entre el 2002 y 2007, al incrementarse de un 5,8% a un 7,3%, proyectándose que para el año 2020, este se ubicará en un 8,8%.

A nivel de las comunidades rurales, González, Nava, Pantoja, Villaroel, y Sanjurjos (2011) exponen que la transversalidad de las TIC, han sido utilizadas como un instrumento de inclusión social que han permitido en el campo del desarrollo crear las siguientes ventajas:

- a. Difusión del conocimiento.
- b. Articulación de los distintos actores sociales (públicos como privados).
- c. Fomento de la educación a distancia, facilitando el acceso a la educación por parte de las comunidades que se encuentran en situación de exclusión social.
- d. Disminución de la tasa de analfabetismo.
- e. Empoderamiento de la mujer promoviendo el acceso a la educación, así como su capacitación para crear pequeñas empresas que permitan su incorporación a la actividad económica de una forma digna obteniendo ciertos ingresos económicos y, sobre todo, cierta independencia para defender sus derechos fundamentales.
- f. Acceso del sector empresarial a la red de mercado, desarrollo de transacciones económicas, financiamiento, entre otros.
- g. Acceso de la población al mundo relacional, laboral y cultural.

En esta orientación, Felizzola (2010) manifiesta que la aplicación de las TIC puede aportar soluciones dentro de una estrategia de intercambio de conocimientos para el desarrollo de las comunidades rurales, al permitir resolver problemas relacionados con:

- a.** Los procesos de toma de decisiones: el insumo básico para una adecuada toma de decisiones depende de la disponibilidad de información clara, oportuna y actualizada. En este sentido, las TIC vinculadas con el correo electrónico y el internet pueden servir como medio de transmisión de información desde y hacia áreas rurales de difícil acceso.
- b.** Las perspectivas del mercado: los productores rurales pueden hacer uso del internet para comercializar sus productos, adquirir materia prima y mejorar sus procesos de producción.
- c.** El empoderamiento de las comunidades rurales: los pobladores rurales al hacer uso de las TIC, pueden convertirse en “una voz” que contribuye con los procesos de desarrollo a través de la capacitación y la comunicación con otras personas.
- d.** El acceso a educación a distancia: las TIC facilitan y mejoran la educación en las comunidades alejadas, mediante la enseñanza a distancia. Así mismo, facilitan el suministro de información de manera más ágil en materia de asistencia técnica y las necesidades básicas como alimentación, agricultura, salud, agua, entre otros.
- e.** La generación de empleo: mediante la creación de centros rurales de información, las TIC pueden crear oportunidades de trabajo en puestos como administradores de telecentros, gestores de información, traductores y técnicos de la tecnología de la información.
- f.** El acceso al financiamiento en zonas rurales: las comunidades rurales por lo general no tienen acceso a los servicios financieros formales, lo cual puede mejorarse mediante el uso de internet, que favorece el desarrollo de transacciones en línea sin necesidad de acudir a la institución financiera.
- g.** El acceso a información sobre el clima, alerta temprana de desastres y preparación para el país: las TIC tienen un papel crucial en todos los eslabones de la cadena, desde la detección para el modelado, como la predicción con antelación y localización.

La problemática descrita reafirma que en el ámbito productivo local, las TIC a pesar de la brecha que existen entre lo rural y lo urbano, dan cuenta de evidencias empíricas¹ que muestran cómo estas han contribuido con el fortalecimiento de los

¹ Caso de las comunidades virtuales en Colombia, el uso de la trazabilidad en Brasil y Uruguay, los avances en una perspectiva de gobierno electrónico en Chile, la agricultura de precisión en Argentina, el monitoreo de la biodiversidad en México y sistemas de información agrícola en varios países de la región latinoamericana (Hopkins, 2012)

empresarios rurales al proporcionar información a través de una gran cantidad de servicios (radio, televisión, internet) que han permitido la diversificación de los productos, la transformación de la estructura productiva la capacitación de los productores y su posicionamiento en los mercados globales.

Para Hopkins (2012), aun cuando existen muy pocos estudios que muestren el impacto de las TIC en el sector rural a nivel de Latinoamérica, algunos casos puntuales evidencian que el aporte es significativo destacando su contribución en:

- a. La reducción de los costos para el acceso a la información y la realización de transacciones, pues muchas de las tareas de planificación que antes exigían el desplazamiento de los productores, actualmente pueden realizarse mediante una llamada o consultando internet, lo que disminuye los costos por traslado.
- b. La búsqueda de nuevas oportunidades de mercado, la diversificación del negocio y el aumento de los ingresos.
- c. La creación de redes de cooperación y alianza empresarial, al permitir a los productores abordar mediante la interacción en red oportunidades y dificultades similares.
- d. La mejora de las capacidades de aprendizaje y competencias mediante la consulta de páginas que permiten a los productores acceder a la información sobre cómo aumentar la productividad y reducir los riesgos de plagas y enfermedades, entre otros aspectos.

Para fines de estudio, se consideran como TIC para empoderar a los pobladores de la parroquia Belisario Quevedo (Ecuador), la propuesta de la CEPAL (2012, p. 9.), que de manera ampliada aborda las TIC como:

Cualquier herramienta basada en computadores utilizados para trabajar con información, apoyar a la información y procesar las necesidades de información de una organización. Bajo esta definición, se incluyen los computadores personales, Internet, los teléfonos móviles, los asistentes personales digitales y otros dispositivos similares. A ello se agregan las TIC tradicionales, como la radio, la televisión y el teléfono fijo, así como los nuevos productos y servicios de banda ancha.

Para el caso del proyecto de vinculación objeto de este estudio, se consideraron las herramientas antes descritas, pues estas al ser combinadas aportan información de gran utilidad para los productores rurales. Al respecto la CEPAL (2012, p. 12) indica que: (...) los proyectos que combinan el uso de Internet, la recolección de información empleando sensores digitales y georreferenciamiento y el contacto con informantes claves con la difusión de la información a través de la radio o los teléfonos celulares. Por esas vías los productores agropecuarios en áreas remotas pueden informarse sobre los precios en

los mercados regionales, el pronóstico del clima, las condiciones de siembra y cosecha y recibir alertas sobre brotes de plagas. Esos productores pueden también informarse sobre el destino de los recursos públicos y acompañar la ejecución de las políticas de las cuales son potenciales beneficiarios. Los estudios de impacto muestran que los resultados de ese tipo de proyecto pueden ser significativos, sobre todo en el segmento más pobre de la población rural, formado por agricultores familiares: se ha observado en algunos casos un aumento de los ingresos producto de mejores precios de venta, una reducción de las pérdidas por condiciones climáticas extremas y una mayor y más eficiente asignación de recursos públicos hacia áreas rurales.

Una caracterización de las tecnologías de información y comunicación de la Parroquia Belisario Quevedo-Ecuador

En el caso de Ecuador se muestra la existencia de un mercado en expansión con amplio acceso a las TIC. Se observa que un gran porcentaje de la población forma parte del mundo de Internet, mediante herramientas tecnológicas como computadores de escritorio, portátiles, dispositivos móviles, tablet, entre otros, lo que facilita su acceso a medios masivos de comunicación como las redes sociales, Facebook, Twitter, entre otras.

En este sentido, en el país el 80% de la población tiene acceso a Internet de alguna forma, ya sea en planes contratados en telefonía fija o telefonía móvil o a través de redes Wifi de acceso libre, lo que establece un referente muy importante sobre el medio por el cual es posible difundir la información sobre bienes y servicios. Así mismo, el 91% de la población tiene acceso a un dispositivo móvil, de los cuales el 60% hace uso de las redes sociales a través de estos medios (Del Alcázar, 2018).

Estos porcentajes evidencian que no está ausente en el ámbito de nuestra vida diaria el uso de las TIC. Es meritorio destacar que en la actualidad, las poblaciones de todos los estratos económicos se han visto en la necesidad de mantenerse comunicados mediante la telefonía, por lo que esta ha pasado de ser un accesorio de lujo a un medio de comunicación necesario para el desarrollo de las actividades diarias y para mantener las comunicaciones entre familiares, amigos y personas con relación de trabajo.

La presencia de los dispositivos móviles se ha convertido en una necesidad dentro del núcleo familiar, siendo en su mayoría teléfonos con capacidades de Smart Phone, lo que facilita la inclusión en algún medio que proporcione información de productos disponibles en el mercado, ampliando el número de usuarios potenciales que pueden convertirse en consumidores de los productos ofertados.

En cuanto a la Ingeniería de Software, esta proporciona los lineamientos necesarios para guiar el proceso de desarrollo de un software (Pressman, 2002). Estos productos han ganado importancia en la medida que se han articulado con las TIC, para el desarrollo de las operaciones administrativas y operativas de las empresas e instituciones gubernamentales en el Ecuador (Constitución de la República de Ecuador, 2008).

Estas tecnologías han propiciado el desarrollo y ejecución de gran parte, y en algunos casos de la totalidad de los procesos de negocio a través de la plataforma de internet, destacando:

- a. La compra o venta de un producto.
- b. La recepción de la facturación de los servicios básicos domésticos.
- c. La consulta a un especialista médico sobre un determinado tratamiento en el ciclo de una enfermedad.
- d. La comunicación visual con una persona o grupo de personas para recibir asesorías.
- e. El desarrollo de conferencias, seminarios y talleres de capacitación.

Este tratamiento que se da a la información, ha marcado las capacidades productivas de la era moderna, y Ecuador no está al margen de este proceso, lo cual se evidencia en la inclusión de la tecnología en el funcionamiento y operaciones de las empresas públicas (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2010).

De este modo, se reafirma que en el caso de Ecuador, la guía que orienta el desarrollo no está ajena a este entorno caracterizado por la complejidad, el dinamismo y la importancia del conocimiento como factor productivo, lo cual ha fundamentado el desarrollo de la educación en escuelas del milenio y, la incorporación de las nuevas tecnologías de información en los procesos productivos, entre otros aspectos (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2010), dejando a un lado los viejos pilares de la economía, precisados en la tierra, el trabajo y el capital.

Sin embargo, muy poco se ha realizado en beneficio de los sectores rurales, pues de acuerdo con el informe de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (INEC, 2017) en Ecuador solo un 16,6 % de la población ubicada en zonas rurales cuenta en sus hogares con acceso a internet, 35,7 hace uso del computador, el 39,6% de la población hace uso de internet desde cualquier lugar y, un 46, 5% posee un celular activado, de los cuales solo el 20,8% es inteligente.

Lo antes descrito afecta la dinámica económica de las economías rurales, en la medida se presentan limitaciones para acceder a las bases de datos que reportan

información del mercado como por ejemplo condiciones de oferta y demanda, precios, competidores, materias primas, entre otros aspectos.

En el caso de la parroquia Belisario Quevedo, de acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Belisario Quevedo (2011 -2023), el 76% de las viviendas carece del servicio de telefonía celular, mientras que en la penetración de telefonía celular el 31% de la población no dispone de telefonía celular. Igualmente, se evidencia que la falta de capacitación, asistencia técnica, transferencia tecnológica e incorporación de valor agregado a sus productos, son una constante que no ha permitido la diversificación de la estructura productiva en la localidad.

Las TIC como soporte del proyecto de vinculación universidad-comunidad

El proyecto de vinculación denominado *El emprendimiento como base del desarrollo socio económico en las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo: Una mirada desde la cotidianidad*, se enmarca en un escenario en el cual confluyen las TIC, la agricultura, las finanzas, el comercio y las relaciones interpersonales como medio indispensable para lograr la cooperación entre los miembros y el logro de los objetivos propuestos.

Este proyecto forma parte del compromiso de responsabilidad que tienen las universidades y sus centros de vinculación e investigación, en especial la ESPE, como agente de desarrollo con las áreas que históricamente han sido menos atendidas por los gobiernos centrales y seccionales. El propósito del programa es usar los medios que pueden generarse a bajo costo e involucrar a los alumnos que conforman este conglomerado humano y quienes son ahora actores que propician el cambio en nuestra sociedad.

El proyecto está conformado por varios grupos, cada uno se ha orientado a resolver una problemática específica de la parroquia objeto de estudio desde el punto de vista de formación, apoyándose en la técnica que orienta la disciplina de su área sea la matemática financiera, la biología, las ciencias agrícolas, y por supuesto las TIC, que es el eje en que se enfocan los resultados de este artículo.

Como soporte del desarrollo del programa, las TIC se encuentran inmersas en todas las áreas y planes de acción del desarrollo del programa, mediante la aplicación de varias de sus herramientas, como: la fotografía, el video proyecciones, la televisión, la radio, la telefonía celular, las redes sociales, los portales Informativos y las aplicaciones financieras.

Igualmente, se identificó que las TIC forman parte de la vida cotidiana de la comunidad Belisario Quevedo, al ser empleadas como medios de comunicación y

de generación de información de la mayor parte de la población. Dicha fortaleza fue aprovechada con el fin de proporcionar un medio de difusión de las actividades agrícolas y pecuarias realizadas por el sector rural que conforma la parroquia.

Como parte inicial de dicha divulgación se incluyó en el portal institucional del GAD parroquial, información de las actividades que realizan las personas de la parroquia Belisario Quevedo, resaltando la producción agrícola y el uso de técnicas adecuadas para la crianza de animales y plantas que han permitido mejorar su calidad.

La información se muestra con evidencias fotográficas, recopiladas por los miembros del proyecto que fueron adecuadas por el grupo de la Carrera de Ingeniería de Software, quienes con una visión más técnica relacionada con la usabilidad de los recursos visuales existentes, han plasmado la información en una proyección.

El trabajo del alumnado vinculado con este proyecto, consistió en aplicar sus destrezas en el área de la Ingeniería de Software, en el diseño Web de una aplicación apropiada y con observación de los atributos de usabilidad requeridos para llegar al espectador con el mensaje propuesto. En este sentido, el mensaje se ha orientado a promover el uso racional y eficiente de las TIC, para ello siguiendo procesos metodológicos estandarizados se identificó la necesidad de proyectar la importancia de las comunidades rurales como generadoras de alimentos y la urgente necesidad de reivindicar el sitio que debe tener el campesino en nuestra sociedad.

El desarrollo de la aplicación en un entorno de Sistemas de Administración de Contenidos (CMS) que facilita el posterior mantenimiento por parte del GAD parroquial, sin necesidad de generar una dependencia tecnológica hacia los técnicos; al contrario, permite que la información pueda actualizarse continuamente.

La puesta en marcha del producto software, que en este caso se vuelve tangible en la página web del GAD parroquial como lo muestra la figura 1, se realizó utilizando los recursos que existen en el GAD parroquial, lo que permitió optimizar su utilización, al no requerir de otra infraestructura, ni una nueva contratación, esto alcanzando los preceptos de la Green TIC, que enfocan los esfuerzos a minimizar el requerimiento de infraestructura tecnológica y maximizar el aprovechamiento de aquella ya existente para lograr eficiencia en el consumo energético y responsabilidad con el medio ambiente (Martín, 2015).

En tal sentido se destaca que, de acuerdo con el documento Administración Pública (2008), el uso de las plataformas de Software Libre permite minimizar los costos de producción sin afectar la naturaleza, características y calidad del producto final. Las herramientas que en la actualidad se pueden encontrar desde el sistema operativo, herramientas de ofimática, diagramadores, servidores web y CMS, proporcionan el

marco tecnológico suficiente para el desarrollo de plataformas de información y difusión de la información requerida, siendo en este caso la producción agrícola y pecuaria de la Parroquia Belisario Quevedo.



Figura. 1. Web GAD Belisario Quevedo, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi, Por belisarioquevedo.gob.ec (2018)

Paralelo al trabajo realizado para la divulgación de la información en el portal informativo del GAD parroquial de Belisario Quevedo, los alumnos de la Carrera de Ingeniería de Software han dedicado sus esfuerzos a actividades de recopilación de evidencia fotográfica y audio a fin de plasmar el esfuerzo de todo el grupo de vinculación en un Video, como lo muestra la figura 2, que es una recopilación de las actividades realizadas durante el desarrollo del proyecto, además de entrevistas que sustentan la calidad del trabajo realizado.

Este trabajo es una evidencia más del aporte de las TIC, las cuales permitieron ejecutar parte del trabajo realizado en el proyecto y posteriormente su divulgación. Así mismo, los resultados obtenidos pueden servir como referente para nuevos proyectos, que le den continuidad a los objetivos planteados en la población de Belisario Quevedo, puesto que los esfuerzos se verán diluidos sino se realiza un seguimiento para evaluar los logros alcanzados y reformular nuevas metas para seguir mejorando todo el espectro que envuelve a las actividades que realiza la población.



ESPE-L Proyecto de vinculación CEAC 2018

Figura. 2. Fotograma del Video del proyecto El Emprendimiento como base del desarrollo socio económico en las comunidades rurales de la Parroquia Belisario Quevedo. Elaboración propia (2018)

Otro medio utilizado para divulgar los resultado del proyecto mediante la aplicación de las TIC, se relaciona con una galería fotográfica en el portal del Departamento de Ciencias Administrativas y del Comercio en su apartado de los Proyectos de Vinculación, en el cual se deja evidencia del trabajo de los alumnos en cada una de las actividades planificadas, tales como son visitas de campo, talleres de capacitación y reuniones de trabajo.

La tecnología al servicio del emprendimiento en la parroquia Belisario Quevedo

Todo el esfuerzo realizado denota la importancia del uso de las TIC en la vida diaria de habitante de Belisario Quevedo, pues su aplicación ha sido necesaria en el desarrollo de este proyecto de varias formas:

- a. El uso de la telefonía móvil para el contacto diario y las coordinaciones con los pobladores y dirigentes de la comunidad, así como los mensajes de texto para comunicarse durante el tiempo de desarrollo del proyecto.
- b. El levantamiento de evidencias fotográficas para la documentación del proyecto y su utilización también en los procesos de capacitación, permitiendo a los participantes

- asimilar de forma visual los contenidos de cursos y charlas dictadas.
- c. El uso de proyectores y presentaciones con herramientas de diversa índole han permitido volver más interactivas las charlas y permitir mantener la atención logrando una asimilación más efectiva.
 - d. La demostración y capacitación de la población a partir de herramientas que facilitan su emprendimiento y una mejor competitividad en el mercado.
 - e. La promoción de las actividades que realizan los pobladores de la parroquia Belisario Quevedo mediante el uso de Internet y sus servicios, como son el Portal del GAD de la parroquia de Belisario Quevedo.
 - f. El mantenimiento de un soporte técnico en las áreas de agricultura y crianza de animales con los especialistas a través de sistemas de mensajería y grupos de trabajo.
 - g. El uso de internet como fuente de información clave sobre los aspectos requeridos para el desarrollo de los emprendimientos por parte de la comunidad, concientizando a la población sobre la utilidad de la tecnología en todos los ámbitos, en la medida que está al alcance de todos los pobladores.

Por otra parte, el material recopilado en el proyecto puede servir como fuente de aprendizaje para otros pobladores y será la base para continuar con el quehacer cotidiano, apoyados en nuevas herramientas que, siendo bien aplicadas, los hacen competitivos ante un mercado globalizado.

De este modo, la parroquia Belisario Quevedo ha recibido un impulso para su desarrollo a través de la vinculación con Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y a su vez, la universidad debe adaptarse a las nuevas exigencias de desarrollo y formación profesional para solventar las necesidades y problemas de las comunidades que conforman la parroquia.

Por su parte, los pobladores deberán emprender en diferentes áreas como la movilidad, vivienda y por supuesto la alimentación, lo que proporciona un nicho de consumo interno para la parroquia, que debe ser adecuadamente sustentado con el uso de la tecnología en las áreas de la agricultura y de comercio, permitiendo a sus pobladores lograr un mejor mercado para sus productos y por consiguiente mejorar su estatus de vida.

En este sentido, la universidad tiene la responsabilidad social de ser parte de esta evolución, permitiendo que los pobladores nativos de la parroquia sean los beneficiarios de sus propios emprendimientos, promoviendo la producción y comercialización local

como fuente de principal que abastece el mercado interno, con capacidad de satisfacer a futuro las demandas de la región y del país. No obstante, aún hay mucho por hacer desde el punto de vista tecnológico como soporte fundamental de los procesos descritos que resultan clave para promover el desarrollo de las comunidades rurales.

El trabajo por realizar en las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo

Lo realizado es apenas un paso en el largo camino que se necesita recorrer, para lograr una integración de las TIC en los hogares de la zona rural de la parroquia Belisario Quevedo y por supuesto, en sus emprendimientos, no desde el punto de vista de aprovisionamiento de servicios, sino más bien desde la inclusión que es posible realizar para que sus productos sean más visibles en el mercado local y nacional, acercando de esta manera al consumidor con el productor.

Este acercamiento, usando los medios tecnológicos permitirá que el valor del producto primario represente un ingreso que merece el productor y alivia el bolsillo del consumidor. Para ello pueden utilizarse diversas alternativas propuestas dentro de las TIC y configurarse como un mecanismo de comercialización que favorezca al productor directamente. Después, se presentan algunas alternativas que podrán ser exploradas en proyectos futuros y cuyas conceptualizaciones pueden ayudar significativamente a mejorar los emprendimientos realizados por las personas de la Parroquia Belisario Quevedo.

Correo electrónico

Al ser el primer servicio implantado sobre la red de internet, no ha perdido fuerza, al contrario permite una fácil comunicación al poder incluir enlaces a otros sitios web, imágenes representativas, acceso a formularios, y por supuesto, al detalle de un servicio o un producto. Otra opción son las campañas de marketing por correo electrónico, las cuales son muy utilizadas en la actualidad usando bases de datos de un público objetivo previamente seleccionado.

También se pueden incorporar las campañas de “mailing”, las cuales permiten recopilar las preferencias del público objetivo y su interpretación para direccionar adecuadamente las ofertas y el tipo de producto que serán generados por los emprendimientos, procurando que un producto sirva de enganche para otro producto.

Para la implantación de esta herramienta tecnológica, se requerirá de un servidor de correo adecuadamente instalado y configurado, de tal forma que no sea considerado como un Spam, ya que este es uno de los principales obstáculos que se requieren vencer. Al ser una plataforma fácil de utilizar, los usuarios deben tener como competencias un conocimiento básico de tratamiento de correo electrónico, el cual al ser esquematizado para el uso de la plataforma, se podrá delegar a varias personas la responsabilidad de dirigir y monitorear las campañas de mailing, vinculando directamente a los emprendedores en las campañas de sus productos y el análisis de los resultados obtenidos.

A partir de la tecnología existente es factible utilizar servicios de correo a bajo costo, donde la recuperación de inversión sería muy viable si se realizan adecuadamente las campañas de mailing con diseños preestablecidos que pueden durar por algún tiempo. Será necesario siempre una revisión de los resultados y, si es necesario un replanteamiento de los diseños y las estrategias para optimizar los resultados.

Redes sociales

En la actualidad el uso de las redes sociales ha tomado un gran impulso, aunque al inicio se concibió como un mecanismo de intercambio de fotografías, se observa que estas se han configurado como un medio de comunicación y comercialización que permiten presentar productos y servicios, contando con mecanismos que garantizan la consecución de subscriptores y el mantenimiento de una relación directa y personalizada.

La creación de una página en la red social por emprendimiento en la cual se presente el producto o servicio mediante galerías de fotográficas, aporta al cliente una visión clara del producto que se busca. Este medio posicionará rápidamente al productor en el mercado globalizado. El mantenimiento podrá estar a cargo del mismo emprendedor e inicialmente es desarrollado por los técnicos, siguiendo principios de usabilidad y mercadeo.

Portal web

Los portales Web constituyen el mecanismo de difusión más completo ya que pueden tener un formato que favorezca la navegación por parte del usuario, tanto en computadores personales y en dispositivos móviles. Este tipo de herramienta permite

mostrar de forma ordenada la información, manejándose diseños que permitan derivar de un productor a otro, creando una sociedad entre emprendedores del mismo tipo o complementario.

Su implantación requiere de una inversión de bajo costo y debe ser monitoreada para optimizar las visitas y el comportamiento de los clientes cuando la visitan. Se podría optar por registrar un hosting para todos los emprendedores de la parroquia Belisario Quevedo, lo que aliviaría el mantenimiento del sitio Web, que podría ser administrado de mejor forma, esto gracias a que en la actualidad se pueden conseguir en el mercado hostings de bajo costo con muy buenas prestaciones en almacenamiento y ancho de banda.

A través de este medio, es posible dar visibilidad a los otros medios de información como correo y redes sociales, siendo el punto de entrada de aplicativos de venta en línea y carritos de compras, en los cuales se implemente un mecanismo acorde a la situación geográfica tanto del productor como de los consumidores, propiciando una fuente de trabajo para otros tipos de emprendimientos relacionados con el transporte y entrega puerta a puerta de los productos.

Servicios de telefonía móvil

Esta tecnología ha tomado mucho impulso en la actualidad, partiendo de ser un lujo en los años 90 a ser una necesidad de comunicación. De este recurso se pueden derivar algunas opciones tecnológicas que permitan optimizar el desarrollo de los emprendimientos:

- a. Mensajería de venta: este medio puede ser utilizado para enviar mensajes de texto a los clientes, en el cual se entregue información de promociones de productos, información de ferias y horarios, la posibilidad de dar a conocer a los clientes fijos fechas sobre entregas y donde también pueden realizar consultas y pedidos de productos directamente al emprendedor o a través de un canal de distribución aliado a los emprendedores.
- b. Mensajería de soporte técnico: Mediante este servicio el productor puede contar con un medio de comunicación directa con asesores agrícolas, financieros y de tecnología, de tal forma que se sientan respaldados y puedan tomar decisiones contando con información especializada.
- c. Mensajería de agenda: a través de este medio el productor puede contar con información sobre las condiciones del clima y recordar los procesos de siembra en las diferentes etapas de los ciclos de producción. También se pueden agendar aspectos

relacionados a fechas de declaración de impuestos, así como las obligaciones con entregas de producción previamente pactadas con los consumidores.

Sistemas de información

El desarrollo de sistemas de información transaccionales ha permitido realizar la acumulación de volúmenes de información que interpretados han servido para analizar la efectividad de los procesos de fabricación, venta, comercialización y la toma de decisiones. En este sentido, la creación de un sistema de mercado virtual en el cual se gestione la producción, venta y distribución de los productos generados por los emprendedores, permitirá ampliar el mercado de un centro local a un centro nacional e incluso internacional.

Además, proporcionará los mecanismos que cada productor necesita para realizar su análisis financiero y establecer los índices de pérdidas y ganancias para que, de esta manera, tomar los correctivos necesarios para lograr incrementar la productividad y generar mayores ingresos económicos a su familia.

A través de esta herramienta el cliente también puede realizar pedidos en línea que inmediatamente desencadenan un mecanismo de entrega en un tiempo establecido, proporcionando el producto directo del emprendedor y con la frescura y calidad que el cliente desea. Para la entrega se usa información geo-referenciada a partir de la única interacción del cliente con el sistema, ya sea a través de un computador personal o de dispositivos móviles.

Capacitación virtual

El acceso a la tecnología en centros rurales hoy es una realidad, pues gracias a las TIC es posible llegar hasta los lugares más recónditos con una participación directa de las personas que viven en estas localidades, a través de mecanismos de video conferencias y video tutoriales se puede llevar capacitación a estos poblados. Utilizando esta herramienta, la universidad podrá capacitar a los líderes de la comunidad y ser ellos los promotores que lleven la tecnología hacia las comunidades rurales de la parroquia Belisario Quevedo.

Se debe partir realizando una base de datos de los contenidos requeridos, posteriormente estos se pueden replicar a otros grupos sin mayor costo. Esto permitirá que los emprendedores puedan dedicar su tiempo a las actividades que les

generan réditos, evitando traslados innecesarios, además que se podrán adaptar de forma más natural a los ambientes para la transmisión del conocimiento. Un personal capacitado adecuadamente y en su entorno podrá luego convertirse en multiplicador del conocimiento hacia sus colegas y personas interesadas en su progreso personal y familiar.

Tales propuestas, se desarrollarán con la participación de alumnos y docentes de las diferentes carreras de la Universidad de las Fuerzas Armadas, para que cada grupo integrante mejore la plataforma y promueva nuevos mecanismos que viabilicen el cumplimiento de estos objetivos.

Conclusiones

La aplicación de las TIC ha cobrado fuerza en todos los ámbitos de la sociedad, al punto a que todos reconocen su importancia para el desarrollo económico social de los países. Sin embargo uno de los grandes desafíos en la implementación de las políticas de desarrollo está en disminuir la brecha digital que separa las comunidades rurales del acceso a este servicio.

En este desafío, la universidad como agente de desarrollo tiene mucho que aportar. Dicho aporte se evidenció en la propuesta desarrollada por la Universidad de las Fuerzas Armadas, donde con la participación de alumnos y docentes de las diferentes carreras, se logró un acercamiento con la comunidad Belisario Quevedo, para conocer sus necesidades y desarrollar innovaciones que den respuestas a estas necesidades, contribuyendo de esta manera con el empoderamiento de las comunidades menos privilegiadas para mejorar su bienestar y calidad de vida.

Referencias

Administración Pública. (2008). Software Libre Mandato 1014. Obtenido de <http://www.administracionpublica.gob.ec/software-libre/>

Brossard, F (2016). Hacia un modelo de inclusión digital rural Una mirada sobre América Latina y el caso de Chile. *Nueva Sociedad* (262), 97-107 recuperado de <http://nuso.org/articulo/hacia-un-modelo-de-inclusion-digital-rural/>.

CEPAL (2012). Las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) y el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe: experiencias e iniciativas de política Memoria del seminario realizado en la CEPAL. Copyright. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7062/1/S2013435_es.pdf.

Del Alcázar, J. (2018) Ecuador Digital. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/116eZRcn-FH-cLVWmGGlt3jAn_SdG1aTL/view.

Felizzola, M. (2016). Tecnologías de información y comunicación para el desarrollo rural en Colombia. *Economía, Gestión y Desarrollo* (10), 97 - 124. Recuperado de <http://revistas.javerianacali.edu.co/index.php/economia/article/view/387>.

González, Nava, Pantoja, Villaroel, y Sanjurjos (2011). Tecnologías adecuadas e innovación para el desarrollo humano. En Pérez, J., Moreno A. (Coord). Tecnologías para el desarrollo humano de las comunidades rurales aisladas. Recuperado de <https://www.asfcyl.org/2012/05/28/tecnolog%C3%ADas-para-el-desarrollo-humano-de-las-comunidades-rurales-aisladas/>

Gobierno Autónomo descentralizado de Belisario Quevedo. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Belisario Quevedo (2011 -2023). Recuperado de <http://belisarioquevedo.gob.ec/cotopaxi/wp-content/uploads/2014/10/PDOT-FINAL-BELISARIO-2.pdf>

Hopkins, R. (2012). El impacto de las TIC en la agricultura es enorme”. En: CEPAL (Coordinador) TIC y agricultura. Recuperado de <https://www.cepal.org/socinfo/noticias/paginas/3/44733/newsletter18.pdf>

INEC. (2017). Tecnologías de la Información y Comunicación. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf.

Martín, L. (2015). Compromiso Empresarial. Recuperado de <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2015/06/las-green-tic-muestran-el-camino-hacia-la-sostenibilidad/>

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2010). Agenda para la Transformación Productiva. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado de <https://es.slideshare.net/mcpec1/agenda-para-la-transformacin-productiva>

Pressman, R. (2002). Ingeniería del software: Un enfoque práctico. México: McGRAW-HILL Interamericana Editores.

República de Ecuador. Constitución de la República del Ecuador. (2008). Ecuador. Recuperado de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Web GAD Belisario Quevedo, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi. Elaborado a partir de Quevedo (2018). [Figura]. Recuperado de <https://youtu.be/0nTHtFTCJ7Y>

Capítulo 5

El impacto de la educación financiera
en el ahorro y la inversión en las
comunidades rurales de Ecuador.

Autores:

Pavón Sierra David Enrique
Urbina Poveda Myriam Alexandra



Resumen

La educación financiera constituye una herramienta que coadyuva al crecimiento económico de los países. Personas informadas financieramente, suelen planificar sus ingresos y gastos, reuniendo la información necesaria para la toma de decisiones e implementando planes de acción más eficientes para el alcance de sus objetivos. En esta investigación, se analiza la incidencia de la educación financiera en las actividades de ahorro e inversión realizadas por las familias ubicadas en las áreas rurales. Los resultados indican una relación importante entre el alfabetismo financiero y la calidad de las decisiones tomadas en este campo. También se demuestra que, en el caso concreto de las poblaciones rurales ecuatorianas, los bajos niveles de conocimiento financiero reportados denotan la necesidad de implementar políticas que impulsen la educación financiera en la población.

Palabras clave: alfabetismo financiero, decisiones financieras, ahorro, inversión.

Introducción

Aun cuando en los últimos años a nivel de Latinoamérica y el Caribe, el sector rural ha sufrido grandes transformaciones que han contribuido a mejorar ciertas variables del desarrollo, persisten ciertas diferencias que crean una brecha entre los beneficios y servicios que disfrutaban las poblaciones urbanas y a los que pueden acceder las comunidades rurales.

Uno de los factores que contribuyen con el ensanchamiento de la brecha mencionada, tiene que ver con la exclusión financiera, pues la mayoría de las comunidades rurales no disponen de servicios financieros accesibles, oportunos y adecuados a sus características socio-económicas, ni de programas educativos orientados a fortalecer sus competencias para la toma de decisiones acertadas en el uso de los recursos financieros.

Al respecto García, Grifoni, López y Mejía (2013, p. 11) sostienen que:

Durante la última década, la mayoría de las economías de América Latina y el Caribe han mostrado un crecimiento sostenido que ha tenido como resultado un incremento de su clase media. A pesar de estos avances, los niveles de pobreza y desigualdad siguen siendo altos y la exclusión financiera continúa afectando a sectores, tanto de la población urbana como rural, lo que puede dificultar el futuro desarrollo económico y social de la región.

En la presente investigación, se parte de la premisa que la educación financiera es una condición necesaria para promover los procesos de inclusión financiera en las comunidades rurales, pues los estudios en esta área, regularmente se han enfocado en la reducción de las barreras de acceso a los servicios financieros por “el lado de la oferta”. Sin embargo, la evidencia disponible sugiere que los procesos de inclusión financiera pueden complementarse con un componente de educación financiera” (García, Grifoni, López y Mejía, 2013, p. 23).

Dicha premisa se enmarca, en el concepto sobre inclusión financiera aportado por Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y la Red Internacional de Educación Financiera (OCDE/INFE, 2012), donde se incorpora la educación financiera como un componente importante para su materialización, definida como (...el proceso de promover un acceso asequible, oportuno y adecuado a una gama de productos y servicios financieros regulados, y extender su utilización a todos los segmentos de la sociedad mediante la aplicación de enfoques adaptados a las circunstancias, ya existentes o innovadores, entre los que se incluye la concienciación y la educación financieras, con el fin de promover el bienestar financiero y la inclusión social. (p. 15)

En tal sentido, la educación financiera como estrategia de inclusión social en el área de las finanzas, contribuye con el mejoramiento del bienestar y calidad de vida de las comunidades rurales, en la medida que la población se capacita para tomar decisiones más acertadas en cuanto a la obtención de financiamiento y la distribución e inversión de los recursos obtenidos, pues como lo afirman Raccanello y Herrera (2014), la inclusión financiera mejora el bienestar cuando los usuarios tienen el conocimiento sobre los productos y los servicios financieros a los que pueden acceder.

Al resaltar la importancia de la educación financiera como base de la reducción de la exclusión financiera, García, Grifoni, López y Mejía (2013) apuntan que esta: i) promueve en la población el uso eficaz de los productos financieros, ii) capacita a las personas para evaluar y seleccionar los productos que más se adecúen a sus necesidades y, iii) empodera la población para reclamar sus derechos y asumir sus responsabilidades como usuarios de los servicios financieros.

Los aspectos descritos, demuestran la necesidad de implementar políticas orientadas hacia la preparación de las personas en el campo financiero, lo cual coadyuva a su desarrollo en la medida que favorece la toma de decisiones acertadas en el área financiera. El conocimiento de temas financieros provee a los individuos de herramientas y habilidades para procurar su bienestar económico y social. Los estudios

evidencian que demostrar competencias financieras, genera cambios en el comportamiento de las personas a través de actitudes precisadas en la planificación de gastos, la protección financiera, la previsión a futuro a través del ahorro, entre otros aspectos.

De este modo, puede afirmarse que la educación financiera también contribuye con el emprendimiento social, en la medida que promueve actividades que coadyuvan con el desarrollo de un negocio. En tal sentido, tanto los países del primer mundo como los que se encuentran en vías de desarrollo, han comenzado a enfatizar en el emprendimiento como una opción que en la práctica genera empleo, ingresos y aporta con la reducción de los niveles de pobreza.

Considerando los beneficios de la educación financiera expuestos, este artículo forma parte de los resultados de un proyecto orientado a capacitar la comunidad rural de la parroquia Belisario Quevedo en Ecuador para la toma de decisiones en el área financiera. Dicha capacitación se llevó a cabo mediante un conjunto de talleres y actividades de sensibilización comunitaria en temas relacionados con las finanzas personales.

Los talleres fueron dictados por estudiantes universitarios y docentes capacitados en el área financiera, en los que se proporcionaron a los participantes las pautas a seguir para una adecuada administración de los recursos financieros, además se les instruyó para que haciendo uso de herramientas como el presupuesto, administren los ingresos familiares, estipulen los gastos necesarios y establezcan metas de ahorro e inversión.

Desarrollo

La educación financiera como estrategia de inclusión y empoderamiento en las comunidades rurales

Una de las políticas de desarrollo que contribuye con el mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social de las comunidades rurales menos privilegiadas, se vincula con la inclusión financiera, la cual permite a las personas acceder a mejores servicios financieros, así como hacer un uso más eficiente de los recursos. Sin embargo de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2012) en las zonas rurales la difusión de estos servicios:

(...) es muy limitada o inexistente. Tradicionalmente, las instituciones financieras formales han evitado ofrecer servicios sostenibles en las zonas rurales (por ejemplo, bancos de desarrollo rural o agrícola). En consecuencia, las instituciones financieras informales o semiformales y los proveedores alternativos como los comerciantes o los abastecedores

de insumos, se han convertido en los principales proveedores de servicios financieros. Sin embargo, estos proveedores informales suelen tener una débil capacidad institucional y de gestión, y el hecho de operar fuera del sistema financiero ha permitido que algunos de ellos cobren tasas de interés altísimas (p.1).

Así mismo la OIT (2012) resalta entre los factores de exclusión de estos servicios en las comunidades rurales:

- a. Los elevados costos de transacción como resultado de la baja densidad demográfica, la falta de infraestructuras de servicios de comunicaciones, electricidad, transporte, entre otros y el poco movimiento de las transacciones.
- b. El marco jurídico no garantiza las oportunidades de propiedad comerciables, pues los mecanismos de garantía y la ejecución de los contratos no se ajustan a las características de los usuarios.
- c. El bajo nivel de los conocimientos financieros de las comunidades rurales impide a los hogares y a las empresas establecer estrategias eficaces para la gestión de los riesgos.

No obstante, a pesar del limitado acceso de las comunidades rurales a los servicios financieros, en la práctica se evidencian algunas experiencias empíricas¹ que muestran el éxito de la inclusión financiera sustentado en el desarrollo de adecuados programas de educación financiera. De acuerdo con García, Grifoni, López y Mejía (2013) las iniciativas de educación financiera son un complemento importante de los procesos de inclusión financiera, así como de las medidas que propenden a la reducción de pobreza.

Los autores destacan que un bajo nivel de educación financiera, dificulta una inclusión financiera efectiva, pues la falta de conocimiento sobre las características y uso más adecuado de los servicios financieros, son factores que limitan la inclusión financiera de los grupos de la población más vulnerables.

En la misma línea de investigación, Raccanello y Herrera (2014) consideran la educación financiera como un aspecto fundamental para alcanzar un nivel elevado y sano de inclusión financiera. Por esta razón, tanto el sector privado como el sector público deben invertir en la implantación de programas de educación financiera, orientados a concientizar a la población sobre la importancia de tomar decisiones informadas en cuanto al ahorro y al financiamiento.

¹ (Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, México, Paraguay y Perú) ofrecen programas de educación financiera. Los formatos de entrega (folletos y pancartas en sucursales bancarias, cursos y talleres o videos y orientación personalizada) varían según la periodicidad, intensidad y duración. (García, Grifoni, López y Mejía, 2013).

Siguiendo a Garay (2015) parte de los problemas económicos que afectan el desarrollo social se originan del limitado alfabetismo financiero, así como de la ausencia de una cultura financiera, los cuales son causas que afectan la toma de decisiones y fomentan comportamientos financieros riesgosos. Por su parte, el Banco Central del Ecuador (2012, p.14) enfatiza en las consecuencias del acceso a recursos financieros sin contar con una adecuada formación financiera, al apuntar que:

(...) el mayor acceso a servicios sin una cultura financiera y de ahorro muy desarrollada podría generar, en ciertos casos, riesgos de sobre endeudamiento o de acceso al crédito para gastos suntuarios que, en caso de tener que enfrentar un choque económico imprevisto, podría debilitar la situación del deudor.

En consecuencia, cualquier estrategia que se implemente para mejorar el acceso de los menos privilegiados a los servicios financieros, debe concebir la inclusión financiera como un concepto multidimensional y abordarla desde sus diferentes componentes. También, se debe tener en cuenta la educación financiera como un elemento central para lograr la inclusión financiera, pues como lo señala el Banco Central del Ecuador (2012), un adecuado programa de inclusión financiera debe contener:

(...) programas extendidos de educación financiera, complementados por regulaciones que eviten prácticas abusivas de cobro contra los consumidores de servicios financieros y el sobreendeudamiento. Estos dos elementos devienen complementarios e indispensables para un proceso exitoso de inclusión financiera, para transferir poder de mercado a los consumidores y empoderarlos frente a las instituciones financieras, favoreciendo una relación más equilibrada entre ellos. (p. 45)

Al hacer referencia a la educación financiera Gómez (2009), enfatiza en su importancia como un mecanismo que favorece los procesos de inclusión financiera, en la medida que:

- a.** Contribuye con el fortalecimiento de la confianza en las instituciones que conforman el sistema financiero.
- b.** Mejora el proceso de bancarización al transmitir información sobre los nuevos productos financieros y los medios a través de los cuales se pueden acceder a ellos.
- c.** Disminuye el riesgo de sobreendeudamiento.
- d.** Suministra a los usuarios información valiosa para conocer sus obligaciones y defender sus derechos como consumidores financieros.
- e.** Promueve en los hogares una mejor administración de los recursos financieros.

Otros de los aportes de la educación financiera, se encuentra en el desarrollo económico y social de las comunidades, lo cual se vincula de acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional y la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (2012), al desarrollo de:

(...) las competencias necesarias para comprender el contexto así como la dinámica social y económica en que se puede viabilizar la realización de una idea emprendedora. La comprensión de las relaciones económicas entre los agentes y el mercado, potencia la adquisición y desarrollo de capacidades adicionales para identificar nichos para la acción, mientras que las habilidades financieras proporcionan el acceso y la administración de los recursos implicados (p. 15).

En este contexto, el objetivo de la educación financiera es ayudar a la población para adquirir el conocimiento y las habilidades financieras que les permitan responder adecuadamente ante problemas complejos de finanzas personales, empresariales y familiares; conociendo que estas decisiones generan efectos en el ámbito social, ambiental y económico del país.

En tal sentido, García (2012) sustenta la importancia de la educación financiera en el desarrollo de las competencias requeridas para que la población tome decisiones informadas. Por tanto:

El desconocimiento e inexperiencia financiera de los ciudadanos conlleva a la toma de decisiones inapropiadas, al uso de prácticas financieras inadecuadas y a su incapacidad para defender sus derechos como consumidores financieros, lo que en últimas genera costos elevados y pérdida de bienestar para la población. Estos problemas se profundizan aún más en el contexto actual donde los servicios financieros crecen en número y complejidad, existe poca información y hay restricciones al acceso. (p. 2)

Por su parte, Hernández (2011, citando los estudios de la OCDE) presenta las siguientes reflexiones sobre la falta de educación financiera en la población:

- a.** La mayor parte de los ciudadanos tiene dificultades para gestionar su situación financiera.
- b.** Gran parte de la población está poco capacitada para evaluar los riesgos que asume y tiene serias dificultades para comprender y asimilar la información que tiene a su alcance.
- c.** La gente sobrevalora sus conocimientos y se siente mejor capacitada en asuntos financieros de lo que realmente está.
- d.** Los consumidores consideran que la información financiera es difícil de encontrar y de entender.

- e. Planificar las finanzas es algo poco habitual, lo que aumenta la probabilidad de endeudamiento y las para asumir los compromisos cuando las circunstancias personales cambian.
- f. Existe una alta correlación entre la cultura financiera y el estatus socioeconómico, de manera que las mayores carencias se presentan en la población con niveles más bajos de renta, ahorro y, educación.

En esta orientación, la OCDE (2005 citada por Gómez, 2009) define la educación financiera como:

(...) el proceso por el cual los consumidores financieros e inversores mejoran su comprensión de los productos y conceptos financieros a través de información, instrucción y/o consejo objetivo; desarrollan habilidades y confianza para conocer mejor los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde obtener ayuda y tomar otras decisiones efectivas que les permitan mejorar su condición financiera. (p. 2)

Por su parte, Rivera y Bernal (2018) enfatizan en la educación financiera como un proceso donde se combinan conocimientos, hábitos y actitudes, los cuales al ser practicados de manera cotidiana en la toma de decisiones financieras tienen un efecto positivo en el manejo de las finanzas personales, la economía y la calidad de vida de las personas que la practican. Así mismo, destacan que estas han adquirido importancia ante los escenarios adversos que afectan el desarrollo económico del país y la sociedad; lo que aumenta la vulnerabilidad de los individuos con menores conocimientos financieros.

En esta dinámica, Gómez (2009) basándose en la evaluación de varias iniciativas sobre educación financiera desarrolladas en diferentes países, sugiere que un adecuado programa de educación debe enfocarse en:

- a. Especificar de manera clara, objetiva y real el objetivo de la capacitación.
- b. La correspondencia del contenido de las temáticas con el objetivo del programa, adaptándose a las características del público participante.
- c. Aprovechar la infraestructura institucional de programas sociales impartidos en la zona para reducir los costos.
- d. Si se trata de cursos o talleres cortos, estos deben complementarse con fuentes secundarias de información, por ejemplo las visitas guiadas de los participantes a las instituciones financieras. Así mismo, para reforzar la capacitación, se debe suministrar a los participantes un horario de atención para consultas después del entrenamiento como un mecanismo para reforzar el proceso de aprendizaje.

- e. Los preparadores deben provenir de las mismas comunidades, de modo que tengan la capacidad de comunicarse apropiadamente con los participantes. En caso contrario, los capacitadores deben entrenarse para transmitir de manera adecuada el mensaje a los destinatarios o usuarios finales.

A nivel de los emprendimientos rurales, la educación financiera adquiere un papel estratégico para el manejo eficiente de los recursos, por lo que ésta debe ser parte integral en la planeación estratégica de la empresa. Sin embargo a nivel práctico, se observa que muy pocos emprendedores en las zonas rurales que al iniciar su negocio cuentan con una adecuada educación financiera, pues los emprendimientos no están separados de lo familiar y lo personal.

Estar capacitado financieramente permite a los emprendedores llevar una adecuada planificación financiera de los recursos, identificar las fuentes de financiamiento, manejar adecuadamente los créditos, invertir adecuadamente los recursos, diversificar las opciones de negocio, entre otros aspectos.

Programas de educación financiera parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga (Ecuador)

De acuerdo con las estadísticas reportadas por la Superintendencia de Bancos (2017), en Ecuador el 32,42% de la población económicamente activa está bancarizada, lo que significa que dispone de una cuenta en un banco. Igualmente se evidencia que el 95,65% ahorra mediante cuentas de ahorro, mientras que el 4,35% lo realiza a través de otros instrumentos financieros como los depósitos a plazo fijo y, depósitos de garantía.

Así mismo. Las cifras dan cuenta que la población que dispone de una cuenta en el sistema bancario se concentran en un 29,57% en la Provincias de Pichincha, el 27,22% en Guayas; mientras que la Provincia de Cotopaxi registra solamente el 1,76%. Adicionalmente, se conoce que del total de población incluida financieramente en el sector bancario, así como en el sector de economía popular y solidaria aproximadamente “seis de cada diez familias ecuatorianas están en capacidad de retirar o ahorrar dinero, con base en los ingresos monetarios percibidos” (Tobar, 2017).

En tal sentido, las cifras reveladas por The Global Findex Database (World Bank, 2017), muestra aspectos de interés sobre la inclusión financiera, destacando que en el caso concreto de Ecuador para el 2017 se reportó que:

- El 34% de la población encuestada, manifiesta haber ahorrado dinero el año pasado.
- El 12% de la población mayor de 15 años, afirma haber ahorrado dinero en alguna institución financiera el año pasado.
- Tan solo el 11% de los encuestados, toman previsiones de ahorro para la vejez.
- El 24% de los encuestados recurre a sus ahorros en casos de emergencia, mientras el resto de la población acude a familiares/amigos, préstamos bancarios, u otras formas de financiamiento.

Los datos expuestos demuestran la problemática existente en Ecuador por la ausencia de una cultura financiera, pues esta constituye un pilar que contribuye con la reducción de los riesgos financieros para la sociedad en general. Se requiere entonces, capacitar y concientizar a la población sobre la importancia de la educación financiera. Este problema se acentúa en las comunidades de las zonas rurales, las cuales requieren para su desarrollo de programas de capacitación en materia financiera.

En el caso concreto de este estudio, realizado como parte del proyecto de vinculación entre la Universidad Fuerzas Armadas y la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga (Ecuador), se planificaron un conjunto de talleres y actividades de sensibilización comunitaria, para capacitar a los miembros de esta comunidad con respecto a los aspectos fundamentales que contribuyen con el fortalecimiento de una cultura financiera como base de las actividades de inversión.

Estas últimas aportan para el desarrollo de estas comunidades, pues conducen la transformación de la dinámica productiva, al tiempo que generan ingresos y empleos, lo cual permite mejorar el bienestar de estas sociedades. A partir de las actividades de capacitación realizadas con los miembros de la comunidad se evidenció que la comprensión, manejo y aplicación de los conceptos financieros en el campo empírico, genera beneficios de interés para la población, destacando la toma de decisiones adecuadas en el corto, mediano y largo plazo, que faciliten una buena administración de los recursos, así como una mejor comprensión de las políticas económicas implementadas por el gobierno.

Finalmente en el marco de las actividades descritas, se destacó la función cumplida por la Superintendencia de Bancos y Seguros (2017) para promover la educación financiera en Ecuador. Tal institución ha revelado la necesidad de implementar Programas de Educación Financiera para los usuarios, colaboradores y público en general interesado

en esta materia, lo cual tiene el propósito de contribuir con la generación y consolidación de los conocimientos sobre los fundamentos del financiamiento, con especial énfasis en los derechos y obligaciones que adquieren los clientes y/o usuarios de los servicios financieros.

Como parte final del proyecto se dictó una charla de educación financiera, entre las temáticas abordadas destaca la inversión como un punto de interés para el desarrollo de emprendimientos sociales que consideren el potencial natural y cultural de la comunidad.

Conclusiones

La falta de competencias y conocimientos financieros genera efectos adversos en el desarrollo del país, más aún cuando en la actualidad los productos y los servicios financieros tienden a ser más complejos y refinados. La sociedad actual requiere de herramientas para tomar decisiones financieras eficientes y acertadas, donde surgen temas de interés como el ahorro y la inversión, los cuales deben ser cuidadosamente analizados, considerando su impacto en las finanzas personales en el corto y largo plazo.

Lo comentado conjuntamente con lo expuesto por los estudios recientes, demuestran el gran reto de los hacedores de políticas y las instituciones educativas como propulsores del cambio. Es necesaria la implementación de mecanismos que promuevan un mejoramiento del conocimiento y el desarrollo de habilidades financieras en la población, generando un cambio en la cultura financiera de las familias. Como ejemplo de estas prácticas cabe citar los programas de vinculación establecidos por la Universidad Fuerzas Armadas con la colectividad.

Este estudio, recopiló evidencia de la importancia de la educación financiera en el bienestar de las familias, al existir una correlación positiva con la generación de riqueza, lo cual se alcanza a través del ahorro y la inversión. Tal aspecto, se articuló con el emprendimiento concebido como una tendencia de crecimiento empresarial que implica una manera coherente de ahorrar.

Una cultura financiera, promueve la alfabetización de la población en la medida que se dispone del conocimiento que permite transformar las ideas en productos, seleccionado las mejores alternativas de inversión y promoviendo un eficiente uso de recursos para generar mejores rendimientos. Todo esto se traduce en último término en bienestar social, puesto que forma personas que van a contribuir con el enriquecimiento del tejido empresarial de un país y por tanto, conformarán un motor generador del crecimiento económico.

Referencias

Banco Central del Ecuador (2012). Inclusión Financiera. Aproximaciones teóricas y prácticas. Recuperado de <https://www.afi-global.org/publications/775/Inclusi%C3%B3n-Financiera-Aproximaciones-Te%C3%B3ricas-Y-Pr%C3%A1cticas>.

Garay, G. (2015). Las finanzas conductuales, el alfabetismo financiero y su impacto en la toma de decisiones financieras, el bienestar económico y la felicidad. *Perspectivas* (36), 7-34. Recuperado de:

García, N. (2012). El impacto de la educación económica y financiera en los jóvenes: el caso de Finanzas para el Cambio. *Borradores de Economía* (687). Recuperado de <https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/borra687.pdf>.

García, N., Grifoni, A., López, J. y Mejía, D. (2013). La educación financiera en América Latina y el Caribe Situación actual y perspectivas. *Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva* (12). Corporación Andina de Fomento. Recuperado de https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf.

Gómez, F. (2009). Educación financiera: retos y lecciones a partir de experiencias representativas en el mundo. *En breve* (9), 1-7. Recuperado de http://repositorio.iep.org.pe/bitstream/IEP/1054/1/G%C3%B3mez-Franz_Educacion-financiera-retos-lecciones.pdf.

Hernández, V. (2017). Finanzas personales para dummies. Barcelona: Grupo Planeta. Recuperado de https://planetadelibrosar0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/36/35953_Finanzas_personales_para_dummies.pdf

Ministerio de Educación Nacional y la Asociación Bancaria y de Entidades financieras de Colombia (ASOBANCARIA, 2012). Mi plan, mi vida y mi futuro. Orientaciones pedagógicas para le Educación financiera y económica. Recuperado de https://www.mineduacion.gov.co/1621/articulos-340033_archivo_pdf_Orientaciones_Edu_economica_financiera.pdf

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos y Red Internacional de Educación Financiera. (2012), Principios de Alto Nivel de la OCDE/INFE sobre Estrategias Nacionales de Educación Financiera. Recuperado de http://www.finanzasparatodos.es/comun/pdf_varios/5_PEF_-_Principios_de_Alto_Nivel_sobre_Estrategias_Nacionales_de_Educacixn_Financiera.pdf.

Oficina Internacional del Trabajo (2012). Desarrollo de la economía rural por medio de la inclusión financiera: el papel del acceso a la financiación. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_437222.pdf

Raccanello, K. y Herrera, E. (2014). Educación e inclusión financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* (XLV) 2), 119-141. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27031268005>.

Rivera, B., Bernal, D. (2018). La importancia de la educación financiera en la toma de decisiones de endeudamiento. Estudio de una sucursal de “Mi Banco” en México. *Perspectivas* (21)41, 117-144. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332018000100006&script=sci_arttext.

Superintendencia de Bancos y Seguros. (2017). *Mecanismos de Inclusión Financiera “IF” en Ecuador*. Intendencia Nacional de Riesgos y Estudios. Ecuador: Superintendencia de bancos del Ecuador. Recuperado de http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portales_tudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2018/05/Inclusion_financiera_dic_17.pdf

Tobar, P. (2017). *Mecanismos de Inclusión financiera “IF” en Ecuador*. Ecuador: Superintendencia Nacional de Riesgos y Estudios.

World Bank. (2017). *The Global Findex Database 2017*. Obtenido de <https://globalfindex.worldbank.org/>



Publicaciones Científicas

ISBN: 978-9942-765-53-6



9 789942 765536



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA