



Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Administración de Empresas

Impulsores del Emprendimiento Social

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas

Autor:

Doménica del Carmen Heras Tigre

Tutora:

Katherine Tatiana Coronel Pangol

ORCID: 0000-0003-4370-756X

Cuenca, Ecuador

2023-02-22

Resumen

El emprendimiento social es un área de estudio que se encuentra en auge y ha tomado mayor interés durante los últimos años al ser un modelo para disminuir la brecha entre las condiciones ideales de la sociedad y la realidad existente, proponiendo soluciones cuando el sector público y los mercados no las brindan. Aunque su interés es cada vez más fuerte, son pocos los estudios que abordan los impulsores de este tipo de emprendimientos. Por lo tanto, fundamentándose en la literatura existente, se puede confirmar que evidentemente existe un conjunto complejo de factores que impulsan el Emprendimiento Social, pues se identificó los factores clave que impulsan a los emprendedores sociales a ser parte de estas iniciativas por medio de una metodología cualitativa que permitió la identificación, codificación y análisis de los impulsores. Los resultados permiten identificar ocho impulsores para los emprendimientos sociales, que incluyen la exclusión social, apoyo público, fuentes de empleo, ingresos económicos, apoyo familiar, conciencia ambiental, comercio justo, así como normas y valores. En general, los hallazgos ayudan a mejorar la comprensión de los factores que determinan la creación y el desarrollo de emprendimientos sociales en el país.

Palabras clave: Emprendimiento social, factores, impulsores, emprendedor social.

Abstract

Social entrepreneurship is a booming area of study that has gained interest in recent years as a model for reducing the gap between the ideal conditions of society and the existing reality, proposing solutions when the public sector and markets do not provide them. Although their interest is growing, few studies have addressed the drivers of this type of entrepreneurship. Therefore, based on the existing literature, it can be confirmed that there is evidently a complex set of factors that drive SE, as the key factors that drive social entrepreneurs to be part of these initiatives were identified through a qualitative methodology that allowed the identification, coding and analysis of the drivers. The results allow the identification of eight drivers for social entrepreneurship, including social exclusion, public support, sources of employment, economic income, family support, environmental awareness, fair trade, as well as norms and values. Overall, the findings help to improve the understanding of the factors that determine the creation and development of social enterprises in the country.

Keywords: Social entrepreneurship, factors, drivers, social entrepreneur.

Índice de contenido

Abstract	3
Dedicatoria	6
Agradecimiento	7
Introducción.....	8
Revisión de la literatura.....	9
Impulsores del Emprendimiento Social.....	12
Metodología.....	15
Resultados.....	24
Factores que impulsan el desarrollo de emprendimientos sociales.....	24
Comercio Justo	30
Fuentes de empleo	30
Exclusión social.....	30
Conciencia ambiental.....	30
Apoyo público.....	31
Apoyo familiar	31
Legado Familiar	31
Cultura emprendedora.....	31
Ingresos Económicos.....	31
Normas y Valores	32
Discusión	34
Conclusiones y Recomendaciones.....	36
Referencias	38

Índice de Figuras

Figura 1 Identificación de códigos	33
---	----

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Impulsores del Emprendimiento Social.....</i>	15
Tabla 2 <i>Perfiles de Emprendedores Sociales entrevistados y características de la muestra.</i>	16
Tabla 3 <i>Interrogantes de recolección de datos: Entrevista.....</i>	21
Tabla 4 <i>Operacionalización de categorías de análisis.....</i>	22
Tabla 5 <i>Identificación de factores en la declaración de los entrevistados.</i>	24
Tabla 6 <i>Factores que impulsan el Emprendimiento Social.....</i>	32

Dedicatoria

A Dios que ha sido mi guía y fortaleza en todo momento.

A mis amados padres y hermanos por su amor, trabajo y sacrificio diario, mismos que hicieron posible este trabajo de investigación que me llena de satisfacción.

Finalmente, dedico este trabajo de titulación a mis amigas y amigos que han estado presentes durante este largo proceso, los amo.

Agradecimiento

A mis padres Martín y Mercedes que, con amor, esfuerzo, paciencia y venciendo toda clase de obstáculos en la vida supieron apoyarme emocional y económico para alcanzar esta meta.

A mis hermanos, Sebastián y Karen que han estado presentes en todo momento, brindándome su cariño y apoyo incondicional para el logro de esta meta.

Agradezco infinitamente a mi tutora, Econ. Katherine Coronel por brindarme su conocimiento para el desarrollo de este trabajo.

A mis docentes que con su don de enseñanza marcaron una diferencia positiva en mi formación profesional y personal.

Finalmente, quiero agradecer a mis amigas y amigos que han sabido brindarme su cariño y extenderme una mano en los momentos más difíciles, los llevo en mi corazón.

Introducción

La literatura correspondiente al Emprendimiento Social (ES) se encuentra en auge (Akter, 2019) y en los últimos años su investigación ha tenido gran acogida y reconocimiento por parte del sector público, la academia y la población en general (Bacq & Janssen, 2011; Short et al., 2009). Las primeras aproximaciones teóricas del ES basan sus estudios en el conocimiento y construcción de su conceptualización, en tanto que autores como Macke et al. (2018) y Zahra et al. (2009) han desarrollado una recopilación de conceptos tomando como referencia las diversas perspectivas desde las que es abordado. Algunos autores citados en sus investigaciones señalan que el emprendimiento social se centra en la formación y realización de negocios a partir de oportunidades innovadoras que tratan problemas sociales complejos en organizaciones voluntarias, comunitarias y públicas a partir del uso de recursos sociales infroutilizados (Ashoka, 2020; Shaw 2004).

Es evidente que dentro de la sociedad se considera que la creación de este tipo de emprendimientos es fundamental, puesto que permite alcanzar el logro de un sistema económico más justo, en el cual la ética y la economía van de la mano (Tolentino, 2015), producto de ello, se han propuesto investigaciones que sugieren que la autonomía y agresividad competitiva (Lumpkin et al., 2011), la creatividad y las emociones (Erro-Garcés, 2019), la personalidad, cognición y capital humano (Kruse et al., 2020), la innovación (Abazi-Alili et al., 2016), las infraestructuras básicas, administraciones públicas, recursos explotables y cultura emprendedora (Uribe y Bonilla, 2013), así como el desempleo y la exclusión social (Mora y Martínez, 2018) pueden ser parte primordial en la consecución de estas iniciativas, haciendo que los investigadores en este campo a nivel internacional propongan que existen factores distintivos que impulsan la formación de este tipo de emprendimientos.

A pesar de que existen algunos estudios, aún no se ha descifrado que es lo que motiva realmente a los emprendedores sociales a iniciar y mantenerse en este tipo de iniciativas y no optar por crear otro tipo de emprendimiento. Parte de las investigaciones anteriores han sido abordadas únicamente tomando un enfoque teórico y conceptual, por lo que, los pocos estudios de caso desarrollados no están totalmente claros. En lo que a Ecuador se refiere, aún no existe un marco normativo formal para los ES. Por ello, el propósito de esta investigación es proporcionar literatura respecto del emprendimiento social, por medio de la respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores impulsan a las personas a iniciar un emprendimiento social?. Esta pregunta será respondida por medio de la categorización de impulsores, a través de una

metodología de investigación cualitativa, con apoyo del software ATLAS. Ti. De acuerdo al acceso a la información, el diseño de investigación será exploratorio. El trabajo se desarrolla a continuación de la siguiente manera: se presenta una sección de revisión literaria, en donde se desarrollan los aspectos conceptuales y teóricos del trabajo, posteriormente se detalla la metodología, seguida de una sección de resultados y discusión y se culmina con conclusiones y recomendaciones.

Revisión de la literatura

Las diferencias sustanciales de los procesos de desarrollo económico, social y político de Europa y América Latina hacen que el papel del Estado de Bienestar sea completamente opuesto en las dos regiones, tanto así que en Europa este es un benefactor fundamental por cuanto provee a sus habitantes de servicios sociales y económicos eficientes, sin embargo, en América Latina se percibe al Estado de Bienestar como vulnerable y marcado por la inequidad social, la pobreza y la falta de servicios básicos (Gamble, 2018). Por ello, el Estado de Bienestar en el caso de la región latinoamericana enfrenta varios desafíos que ponen en tela de duda su razón de existir y cuestionan su funcionamiento, porque no se encuentra generando los resultados deseados desde el punto de vista social, económico y ambiental. El informe del Global Entrepreneurship Monitor desarrollado por Bartersaghi et al. (2017) menciona que a pesar de que en América Latina y el Caribe los últimos años han dado luces de un cambio social y económico positivo, el nivel de crecimiento de la región se ha visto afectado por factores externos adversos, por lo que es necesario establecer estrategias que propendan al crecimiento inclusivo y sostenible, mediante la formulación de políticas que se focalicen en generar un entorno adecuado en el cual los emprendedores puedan surgir, innovar y mantenerse en ambientes competitivos.

Considerando lo anteriormente mencionado, es propio destacar que desde hace varios años el emprendimiento social es un tema de especial atención e interés mundial tratado por políticos, empresas, académicos e individuos en general (Sekliuckiene y Kisielius, 2015) debido a su alta capacidad para generar un estado de bienestar social mediante el impulso del cambio y creación de valor social a través de enfoques innovadores que generan beneficios mediante la agrupación de cadenas de valor que permiten mejorar la situación económica de los actores sociales a través de la generación de empleo que opera cuando el mercado y las empresas públicas no lo hacen (Schöning, 2013). Macke et al. (2018) mencionan que esta área de estudio es fragmentada, ya que aún se encuentra en una etapa inicial. Varios autores señalan que el emprendimiento social es un modelo de negocio comercial y enfocado en el mercado, el cual permite la resolución

innovadora de problemas sociales persistentes y complejos (Spear, 2006; Dorado, 2006). Egesocial (2015) señala que este tipo de iniciativa de mercado se realiza teniendo en cuenta tres ejes puntuales: una iniciativa innovadora para resolver un problema social, un objetivo social y un modelo de negocio sostenible (Moya et al., 2015). Por otra parte, autores como Defourny y Nyssens (2008) definen el emprendimiento social como el proceso en el cual individuos con características específicas, bajo el nombre de *empreendedores sociales*, crean y desarrollan organizaciones que se las define como *empresas o emprendimientos sociales*.

Para Huybrechts y Nicholls (2012) el emprendimiento social se ha convertido en un constructo de moda, pues la difusión de historias de éxito en varias áreas ha aumentado el debate acerca de esta categoría en espacios como la academia, en mercados comerciales y en la generación de políticas. La importancia de la incorporación de este constructo radica en la creación de nuevos mercados y nichos, sobre todo orientados al comercio justo y con un fuerte componente social (Battilana y Dorado, 2010). Para algunos autores este es un problema, pues genera que el análisis de esta categoría esté sujeta a interpretaciones y mediciones subjetivas, por lo que cada caso de emprendimiento social será único y tendrá rasgos diferenciadores (Nicholls, 2010). Este tipo de características son poco usuales en el área empresarial, pero suele ser más común en otras áreas de ciencias sociales que suelen realizar análisis de problemáticas sociales.

El emprendimiento social posee una forma innovadora para combinar métodos empresariales y elementos de organizaciones no lucrativas con la finalidad de crear un valor social para la organización (Dees y Anderson, 2006, como se citó en Moreira, 2011). Además, entre las principales problemáticas que los emprendedores sociales tratan de resolver se encuentran el analfabetismo, la dependencia al consumo de sustancias, la contaminación ambiental y problemas socioeconómicos en comunidades, entre otros (Sullivan, 2007). Hay que resaltar que a pesar de tener un componente social fuerte el emprendimiento social no es igual que la caridad, pues si bien existe una actitud benevolente por ayudar a otros, los emprendedores sociales siguen siendo personas interesadas en su negocio (Roberts y Woods, 2005).

Entre las características del emprendimiento social se encuentra la búsqueda continua de soluciones a problemáticas sociales, en las cuales el emprendedor social busca las oportunidades para resolver estas dificultades por medio de emprendimientos (Guzmán y Trujillo, 2008). Otra característica del emprendimiento social es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para alcanzar un cambio social de carácter transformador. Para Austin et al. (2006)

entre los elementos clave para comprender dicha característica se encuentra la construcción de oportunidades por medio de la generación de ideas para atender necesidades sociales específicas. El segundo elemento corresponde a las actividades que desarrolla un emprendedor social, las cuales pueden ser ejecutadas en diferentes sectores, por lo que esto le permite coexistir con emprendimientos comerciales y a la vez generar emprendimientos que tengan un valor social. Para Kruse et al. (2020) la principal característica que se debe tener en cuenta sobre el emprendimiento social es el desafío para alcanzar objetivos empresariales mientras que al mismo tiempo se consigue la misión social por la que se creó el emprendimiento. La combinación del componente económico y social suele generar un riesgo adicional, pues los emprendedores sociales pueden ser más propensos a tener un fracaso comercial, por lo que alcanzar un equilibrio entre el cumplimiento de metas comerciales y sociales suele ser un desafío (McCaffrey, 2017).

La forma de distinguir a los emprendedores de los emprendedores sociales regulares son los criterios de selección, según Rajdeep (2016) estos corresponden al predominio de una misión social, la constante innovación y la forma en la que se obtienen los ingresos que financian el emprendimiento. El objetivo principal del emprendimiento social es la creación de un valor social que incluye también la creación de un valor económico que permita la independencia financiera del emprendimiento. Moreira y Urriolagoitia (2011) destacan que los beneficios de un emprendimiento social no son de carácter temporal, pues el esfuerzo en la creación de estos negocios se concentra en la sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, su impacto se ve reflejado en cambios sistémicos que lleven hacia una completa transformación social, por lo que para alcanzarlo debe existir un impacto visible en la calidad de vida de los afectados. He ahí la importancia de la innovación, pues gracias a esta se lograrán resolver los problemas que puedan surgir en la marcha de la ejecución del emprendimiento social y a la vez se alcanzará un equilibrio que permita continuar con el negocio y misión social a lo largo del tiempo (Dees & Anderson, 2006, como se citó en Moreira y Urriolagoitia, 2011).

Además, el emprendimiento social se encuentra estrechamente relacionado con el desarrollo sostenible, por lo que para Mora y Martínez (2018) se deben considerar cuatro tipos de sostenibilidad fundamentales para que exista un emprendimiento social: Sostenibilidad ambiental, Sostenibilidad económica, Sostenibilidad social y Sostenibilidad político-institucional.

Al ser un tema ampliamente tratado en la actualidad, la teoría del emprendimiento social, tal como se mencionó anteriormente se basa en estudios de caso en los que se ven inmersas diferentes

perspectivas (Macke et al., 2018; Pacut, 2020), por lo que aún no se ha creado un marco conceptual único que recoja las características de la empresa social. Por ello se ve latente la necesidad de generar un conocimiento y visión sistemática del tema considerando que su conceptualización es un desafío que enfrenta la literatura actual (Abazi-Alili et al., 2016).

De este modo nacen algunas investigaciones científicas, como es el caso de los estudios propuestos por varias instituciones que argumentan que el término emprendedor social es usado para referirse a las personas creativas y abiertas al riesgo que brindan soluciones innovadoras al crear empresas con fines sociales que tratan apremiantes problemas que afectan a su localidad haciendo uso de recursos desaprovechados (Ashoka, 2020; European Commision, 2013). Greg Dees, conocido como uno de los precursores de la definición académica del emprendimiento social, consideraba que los emprendedores sociales son seres responsables que, mediante la creación de valor público brindan nuevas oportunidades a través de la innovación y la adaptación, actuando con valentía y aprovechando recursos que no necesariamente se encuentran bajo su dominio (Bornstein & Davis, 2010). La evidencia científica de la temática aborda la importancia del emprendimiento social desde el punto de vista tanto para la economía de los países implicados como para el medio institucional, en los cuales se destaca la necesidad de generar entornos favorables de promoción de los emprendimientos sociales, así como actores institucionales que brinden el soporte para que este tipo de iniciativas se genere en un ecosistema adecuado (García et al., 2020; Surie & Groen, 2017; Zamora-Boza, 2018).

Los componentes que forman parte del emprendimiento social corresponden a la socialidad, innovación y la orientación al mercado, estos elementos suelen ser característicos de varios tipos de organizaciones (Nicholls & Cho, 2006)

Impulsores del Emprendimiento Social

Lumpkin et al. (2011) sugirieron cuatro antecedentes –misión/motivación, identificación de oportunidades, acceso a recursos/financiamiento y múltiples partes interesadas– que son exclusivos del contexto del emprendimiento social, llegando a la conclusión de que ciertamente la autonomía, así como la agresividad competitiva son dimensiones que impactan más en emprendimientos de carácter social. Meza et al. (2016) señalan que el estudio de los factores que impulsan el emprendimiento social es necesario por cuanto proveerá de una orientación clara a los actores participes de emprendimientos sociales, debido a que permitirá conocer la mayor o menor influencia de factores del entorno externo e interno que afectan positivamente a su gestión

y su conocimiento sea de apoyo en la conformación de estructuras organizacionales sociales más eficientes y sostenibles en el tiempo, a la vez que beneficiará a los hacedores de política pública al dotarles de información que permita crear marcos normativos que regulen e incentiven estas prácticas.

De acuerdo con Mora y Martínez., (2018), el emprendimiento social se encuentra estrechamente relacionado con el desarrollo del entorno local, por lo que para que este sea sostenible a lo largo del tiempo debe de tener un carácter integral. Sin embargo, muchas veces se ve influenciada por efectos externos y adversos derivado de crisis económicas, entre ellos se encuentra el desempleo y la exclusión social; he ahí el reto de generar mecanismos que permitan resolver dichas problemáticas y fortalecer el sistema local.

En el caso de Europa, varias investigaciones estudian los impulsores del emprendimiento social, tal es el caso del análisis desarrollado por Erro-Garcés (2019) quien propone que la creatividad y las emociones son motores que impulsan este tipo de actividad y dentro de los hallazgos clave destaca que las emociones, los desafíos diarios y el papel de los equipos de estos proyectos empresariales es fundamental para crear iniciativas sociales exitosas que minimicen el desempleo juvenil. Otro estudio desarrollado en Noruega revela que al menos el 5,1% de la población es partícipe de un emprendimiento social en alguna etapa de su vida, en el cual el capital humano y los factores institucionales son variables que impulsan estos emprendimientos sociales nacientes (Åmo, 2014). Abazi-Alili et al. (2016) publicaron una investigación en el contexto europeo, en la cual proponen que los emprendimientos sociales se ven afectados por las características sociodemográficas de la población y la innovación se relaciona directamente con las actividades de emprendimiento social. De su investigación se concluye que la innovación está fuertemente asociada a los emprendimientos sociales, en tanto que los productos y servicios que tengan como característica principal la innovación formarán parte de los mismos, a la vez se infiere que eventualmente los hombres que cuentan con un trabajo y poseen mayores niveles educativos serán más propensos a ser partícipes de emprendimientos sociales.

De la misma manera, un estudio denominado *¿Qué motiva a los emprendedores sociales?*, muestra por medio de un metaanálisis¹ los predictores de la intención de instaurar un

¹ Metodología que permite resumir los resultados de la recopilación objetiva y sistemática de estudios que tratan sobre un determinado problema de investigación por medio del uso de técnicas estadísticas (Molinero, 2002).

emprendimiento social y ofrece evidencia empírica que llega a la conclusión de que existen ciertos factores a nivel individual, social y económico que impulsan la creación de emprendimientos sociales, tales como la personalidad, cognición, capital humano, ciertas normas subjetivas y la etapa económica de un país que es la cual se encuentra directamente relacionada con la intención de Emprendimientos Sociales (Kruse et al., 2020). Estrin et al. (2016) dedican su estudio a conocer la relación entre las distintas formas de capital humano y la creación de emprendimientos tanto sociales como comerciales, mediante una serie de hipótesis que son probadas y de las cuales se deduce que es más probable que creen emprendimientos sociales personas que han cursado la educación superior, alegando en particular que las mujeres con estudios de tercer nivel se ven mayormente atraídas a crear o ser parte de emprendimientos sociales. Se evidencia, además, que efectivamente el capital humano produce un efecto positivo en la creación de emprendimientos sociales y destacan la importancia de los programas de desarrollo de habilidades empresariales con énfasis en el cumplimiento de objetivos sociales.

En lo que respecta a Latinoamérica, se han realizado algunos estudios entorno a la literatura existente de emprendimiento social, buscando únicamente una definición clara del Emprendimiento Social (Ibañez, 2021; Vera Ruiz et al., 2020). Así mismo, es importante tener en cuenta que la proliferación de crisis globales (cambio climático, desigualdad, pobreza) también impulsan que los actores sociales demanden condiciones básicas que garanticen un nivel de vida óptimo (Bornstein, 2005). Otro impulsor que influye en el aumento de emprendimientos sociales son las nuevas formas de conectividad global que han permitido a los ciudadanos conectarse y responder a las necesidades sociales de las comunidades, (Murray et al, 2010). Además, el rol que tiene el Estado es clave, pues los nuevos modelos de gestión pública, junto con la creación de “cuasimercados” han generado un aumento en la creación de emprendimientos sociales; sin embargo, también han ocasionado que exista una competencia entre organizaciones para captar recursos desde el gobierno (Bode et al., 2011).

Un último elemento impulsor del emprendimiento social es la proliferación de organizaciones sin fines de lucro y de otras organizaciones de la sociedad civil; pues debido a las crisis económicas las diferentes organizaciones sociales son las que han tenido que sostener las necesidades que posee la sociedad (Huybrechts y Nicholls, 2012). Esto ha provocado que las organizaciones de la sociedad civil busquen nuevas formas para conseguir financiamiento, ya sea por alianzas con el estado o con sectores empresariales; como resultado en el caso de emprendedores sociales exitosos se ha conseguido alcanzar un nivel de independencia del estado y sectores

empresariales, pero en otros casos esto no ha sido posible (Dart, 2004). Uribe y Bonilla (2013) plantean cuatro factores básicos que se debe de tomar en cuenta para que pueda existir el emprendimiento social, estos son: Infraestructuras básicas, Administraciones públicas, Recursos explotables y Cultura emprendedora.

Finalmente, la tabla 1 resume algunos de los postulados y resultados de las investigaciones de diversos autores respecto de los factores que impulsan el emprendimiento social:

Tabla 1

Impulsores del Emprendimiento Social.

Autores	Impulsores
Lumpkin et al. (2011)	Autonomía y agresividad competitiva.
Uribe y Bonilla. (2013)	Infraestructuras básicas, administraciones públicas, recursos explotables y cultura emprendedora.
Ámo. (2014)	Capital humano y los factores institucionales.
Abazi-Alili et al. (2016)	Innovación.
Mora y Martínez. (2018)	Desempleo y la exclusión social.
Erro-Garcés. (2019)	Creatividad y las emociones.
Kruse et al. (2020)	Personalidad, cognición y capital humano.

Fuente: Elaboración propia.

Metodología

Teniendo en cuenta que el principal objetivo es identificar los factores clave que impulsan el Emprendimiento Social, el estudio se desarrollará siguiendo un diseño de investigación cualitativo y exploratorio, puesto que como afirma Bulmer (1979), este permite al investigador realizar una conexión entre la observación de la realidad y la formación de conceptos; partiendo de la identificación de emprendedores sociales por medio de la técnica de muestreo no probabilístico consecutivo o también llamado muestreo accidental, mismo que permite seleccionar de manera casual aquellos casos que se encuentren disponibles para participar hasta completar la muestra (Otzen & Manterola, 2017). De aquí que cada integrante del grupo de investigación identificó por medio de redes sociales, catálogos públicos y sitios web a iniciativas de emprendimiento social que se encuentran en marcha, mismas que accedieron a participar, dando un total de 15 emprendedores sociales que forman parte de las unidades de análisis., los cuales se detallan en la tabla 2.

Tabla 2*Perfiles de Emprendedores Sociales entrevistados y características de la muestra.*

Emprendedor social (ES)	Nombre del Emprendimiento social	Tipo de Emprendimiento Social	Constitución Año	Ámbito de la actividad Social	Ámbito de la actividad comercial		
ES1	TEJEMUJERES	Emprendimiento Social Inclusivo y para personas en condiciones vulnerables (Del Cerro, 2016).	1992	Desarrollo local y activación profesional y social de personas excluidas (mujeres amas de casa)	Venta de ropa a base del tejido de punto a mano, por medio del uso de lana de oveja y fibra de alpaca (M. Uzhca, comunicación personal, 17 de octubre de 2022).		
ES2	Ecologicasec	Emprendimiento Social Personal a partir de una iniciativa social y Triple Bottom Line (Pareja, 2013).	2020	Promoción de conciencia medioambiental.	Productos de higiene menstrual y pañales ecológicos con la finalidad de disminuir la huella que dejan las toallas y pañales desechables (P. Delgado, comunicación personal, 17 de octubre de 2022)		
ES3	Orígenes Emprendedores Ecuatorianos	Emprendimiento Social para personas en condiciones vulnerables y de acción social (Del Cerro, 2016).	2021	Activación e inserción promoción de pequeños emprendedores.	Apoyo y emprendedores por medio de la promoción y venta de sus productos (A. Paucay, comunicación personal, 17 de octubre de 2022).	a	pequeños

ES4	Kashil Organic	Emprendimiento Social Inclusivo y para personas en condiciones vulnerables (Del Cerro, 2016).	2020	Empleo, actividades de desarrollo local	Producción y distribución de verduras y café orgánico (E. Chamba, comunicación personal, 24 de octubre de 2022).
ES5	Asociación de trabajadores agrícolas la Pepa de Oro de San Miguel ASOPEPA	Emprendimiento Social Inclusivo (Del Cerro, 2016).	2013	Actividades de servicio comunitario, desarrollo local y empleo a pequeños productores.	Comercialización asociativa de cacao con precios justos de la mano de productores locales (E. Illescas, comunicación personal, 16 de octubre de 2022).
ES6	Bioseb Organics	Emprendimiento Social Triple Bottom Line (Pareja, 2013).	2012	Activación profesional y promoción de conciencia medioambiental.	Elaboración de bioproductos basados en microorganismos para agricultura (G. Vinueza, comunicación personal, 19 de octubre de 2022).
ES7	Noos Papel semilla	Emprendimiento Social Triple Bottom Line e Inclusivo (Del Cerro, 2016; Pareja, 2013).	2019	Activación profesional, social y promoción de cultura medioambiental.	Fabricación artesanal de papel plantable biodegradable proveniente de papel posconsumo reciclado que pasa por un proceso de selección previo, contribuyendo al reciclaje de papel y la siembra

					de semillas como activismo urbano (M. Hidalgo, comunicación personal, 14 de octubre de 2022).
ES8	Asociación de productores agroecologicos del Aguarongo Mushuk Pakarina	Emprendimiento Social Inclusivo de acción social y Triple Bottom Line (Del Cerro, 2016; Pareja, 2013).	2005	Fomento de actividades sociales, reinserción de colectivos y promoción de cultura mediambiental.	Ferias de agroecología de venta de hortalizas (C. Morocho, comunicación personal, 14 de octubre de 2022).
ES9	Asociación Sumak Kawsay	Emprendimiento Social para personas en condiciones vulnerables (Del Cerro, 2016).	2015	Empleo, actividades de servicio comunitario.	Prestación de servicios en el sector de limpieza y mantenimiento (A. Capa, comunicación personal, 17 de octubre de 2022).
ES10	Madera Plástica Barahona	Emprendimiento Social Triple Bottom Line (Pareja, 2013).	2006	Activación profesional y social y promoción de cultura	Fabricación de todo tipo de madera plástica multiuso, con material 100% reciclado, con el objetivo de disminuir la basura plástica y la deforestación de árboles para la elaboración de la madera (E.

Barahona, comunicación personal, 20 de octubre de 2022).					
ES11	Paca Shop	Emprendimiento Social Triple Bottom Line (Del Cerro, 2016; Pareja, 2013).	2019	Promoción cultura medioambiental.	Venta de ropa second hand en buen estado (F. Tigre, comunicación personal, 16 de octubre de 2022)
ES12	Pal'uso	Emprendimiento Social Triple Bottom Line (Pareja, 2013).	2012	Empleo promoción cultura medioambiental.	Compra venta e intercambio de ropa second hand promoviendo la moda consciente (M. Dután, comunicación personal, 17 de octubre de 2022).
ES13	Cabalgatas EL BOQUERÓN	Emprendimiento Social de Productos o Servicios (Del Cerro, 2016).	2022	Desarrollo local, promoción del turismo, desarrollo de emprendimiento entre habitantes.	Turismo comunitario por medio de actividades como paseos, equitación y aprender a montar a caballos, en apego al medio y respecto a la naturaleza (L. Llaqui, comunicación personal, 17 de octubre de 2022).
ES14	Atelier Avanzar	Emprendimiento Social Inclusivo y para personas en condiciones	2009	Activación social de colectivos excluidos (Mujeres amas de casa).	Fabricación y venta de bolsos y carteras (M. Castillo, comunicación personal, 17 de octubre de 2022).

vulnerables (Del Cerro, 2016).						
ES15	CONS Cosmética	Emprendimiento consiente	Social Personal a partir de una iniciativa social y Triple Bottom Line (Pareja, 2013),	2020	Activación profesional de desempleados	Elaboración de cosméticos con ingredientes vegetales y minerales renovables y sostenibles (V. Sánchez, comunicación personal, 14 de octubre de 2022).

Fuente: Elaboración propia

El instrumento de investigación para la recolección de datos que se utilizó fue una entrevista estructurada, pues resulta una técnica útil para obtener una fuente de datos confiable debido a que presenta una estructura y propósito determinado, es decir, permitirá tener la noción y comprensión clara de aquello que les impulsa a las personas a categorizarse como emprendedores sociales y conocer la razón por la que lo hacen, por lo tanto, la misma constó de 6 preguntas, iniciando con una de apertura para conocer la actividad principal de estos emprendimientos sociales y las posteriores enfocadas en los factores sociales, institucionales, económicos, familiares y culturales que impulsaron a los emprendedores sociales a iniciar emprendimientos sociales y a mantenerse en estos. De manera que las preguntas se detallan en la tabla 3.

Tabla 3

Interrogantes de recolección de datos: Entrevista.

Dimensiones	Interrogantes
Introductoria	¿Cómo nace su emprendimiento social y a que se dedica?
Sociales	¿Qué factores sociales le motivaron a crear y mantenerse dentro de su Emprendimiento Social y por qué?
Institucionales	¿Qué factores del entorno institucional considera que le impulsaron a crear y mantenerse dentro de su ES?
Económicos	¿Qué factores económicos le motivaron a crear y mantenerse dentro de su Emprendimiento Social y por qué?
Familiares	¿Qué factores familiares le motivaron a crear y mantenerse dentro de su Emprendimiento Social y por qué?
Culturales	¿Qué factores culturales le motivaron a crear y mantenerse dentro de su Emprendimiento Social y por qué?

Fuente: Elaboración propia en base de investigaciones de (Erro-Garcés., 2019; Akter, 2019; Pacut, 2020).

Posteriormente se establecen categorías de análisis que serán útiles para llevar a cabo el proceso de interpretación de la información y su codificación, mismas que fueron seleccionadas teniendo en cuenta la revisión bibliográfica llevada a cabo y los resultados de estudios desarrollados a nivel internacional.

Tabla 4*Operacionalización de categorías de análisis.*

Conceptualización	Definición	Dimensión	Codificación	Técnica
Comercio justo	Sistema que busca una mayor equidad en comercio justo internacional a través de relaciones comerciales basadas en el diálogo, la transparencia y el respeto (World Fair Trade Organization, 2022).	Comercio	CJ	
Capital humano	Características de los seres humanos que aumenta la posibilidad de producción a través de sus habilidades, conocimientos y esfuerzos (Sen, 1998).	Capital Humano	CH	
Exclusión social	Conjunto de fenómenos sociales y económicos básicos asociados con la pérdida o negación de derechos esenciales que determinan a la ciudadanía social (Jiménez et al., 2009).	Desempleo	DESMPL	Entrevista estructurada
Conciencia Ambiental	Sánchez & Lafuente (2010) definen el término conciencia ambiental como factores psicológicos específicos relacionados con la propensión de un individuo a participar en un comportamiento proambiental.	Conciencia ambiental	CONSAM	

Innovación	Proceso por el cual una idea, invención o reconocimiento de una necesidad conduce al desarrollo y aceptación comercial de un producto, tecnología o servicio útil (Gee, 1981).	Nivel de innovación	INN
Gasto público productivo	Erogaciones del Estado que permiten el incremento de la inversión general, fomentando la inversión privada (Mota, 2009).	Apoyo público	AP
Financiamiento externo	“Se produce siempre que los gerentes deben reunir fondos de inversionistas o prestamistas del exterior” (Zvi, & Merton, 1999, p. 399).	Herramientas financieras	HF
Apoyo familiar	Solidaridad, comunicación, confianza, convivencia y apoyo entre los miembros de la familia incluyendo padres, hermanos, pareja e hijos (Fontes et al., 2012).	Apoyo de los miembros de la familia	AMF
Confianza	“Creencia subjetiva sobre la validez de los pensamientos o juicios propios.” (Luttrell et al., 2013, p. 319).	Nivel de confianza	NCONF

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, se utilizó el software ATLAS. Ti como recurso informático para el tratamiento de la información obtenida, ya que es apropiado para reducir datos por medio de la codificación, organización y estructuración de la información, de acuerdo al sistema de categorías

implementado (Sabariego-Puig et al., 2014), con la finalidad de construir una matriz de relaciones de impulsores y significados personales de los emprendedores sociales en estudio.

Resultados

Con base en la metodología empleada, el análisis de los datos empíricos se desarrolló teniendo en cuenta que la pregunta de investigación que se pretende responder es ¿Qué factores impulsan a las personas a iniciar un emprendimiento social?

Factores que impulsan el desarrollo de emprendimientos sociales

De acuerdo con las observaciones obtenidas de las entrevistas desarrolladas, el análisis de las mismas mostro una diversidad de factores que mueven e impulsan el desarrollo de emprendimientos sociales, de manera que el análisis transversal de las entrevistas dio un total de 13 factores que motivan la decisión de los individuos a involucrarse en emprendimientos sociales. Por lo tanto, la tabla 5 resume algunas de las opiniones expuestas de manera literal por los emprendedores sociales teniendo en cuenta el principal factor que motiva esta respuesta.

Tabla 5

Identificación de factores en la declaración de los entrevistados.

Factor	Declaración entrevistados
Comercio justo	<i>Implica la justicia para los que producen y también para los que consumen. (ES1)</i>
	<i>Un comercio justo entre todos los que estamos involucrados y que se pague justamente el valor que todos merecen en la cadena productiva. (ES4)</i>
	<i>Comercializar el cacao con precio más justo, un precio más equitativo, evitando que los intermediarios vengan y paguen el precio que se les antoja. (ES5)</i>
	<i>Que la gente compre desde la auténtica necesidad. (ES15)</i>
Fuentes de empleo	<i>Que los productores de mi provincia Morona Santiago se sientan seguros de que tienen un producto y van a producir algo, van a tener un mercado en donde va a ser expuesto y puede ser vendido en un mercado que les va a ayudar a promocionar. (ES3)</i>
	<i>Que se abran plazas de trabajo. (ES6)</i>
	<i>Dar muchas plazas de trabajo para nosotros es fundamental, para el desarrollo sostenible y también esto ayuda a las fundaciones que nos mantienen hoy en</i>

Exclusión social

-
- día vivos porque pese a que no es fácil emprender, son como nuestros pilares.*
(ES7)
-
- La creación de empleo porque nuestro producto finalmente está hecho para largo uso, no es un plástico que se lo bota y va a la basura, sino que dura mucho tiempo más.* (ES10)
-
- Generar empleo y tener un mejor estilo de vida personal.* (ES12)
-
- Generar algo a través de lo que es el turismo, entonces a través del turismo hemos estado posicionados ya dentro del mercado, no estamos ya con una gran empresa, pero tenemos el fin de llegar a ello.* (ES13)
-
- La lucha contra la desocupación, pues Gualaceo vive un factor determinante, como la emigración y bueno, el sueño de las mujeres, el sueño de quiénes estamos en Tejemujeres es de que logramos construir alguna oportunidad para que la gente pueda quedarse en su entorno.* (ES1) *Oportunidades de ocupación incluyente, para un amplio sector de la comunidad que busca trabajo.* (ES1)
-
- Que haya acceso para todas las mujeres.* (ES2)
-
- El nivel de abandono en el que viven los emprendedores con sus buenos productos que no tenían un mercado justo, un mercado equitativo.* (ES3)
-
- Apoyo para las mujeres en sus inicios, antes era un sector desprotegido. Fue una forma de generar empoderamiento de la mujer, a pesar de que ahora también están vinculados lo que son los hombres en esta organización, esto nos ayudó a tener un trabajo sin tener que dejar a nuestras familias de lado.*
(ES8)
-
- Cubrir esa necesidad de dar la oportunidad de trabajo a estos sectores, gente joven que recién sale de las universidades, de los colegios y que no les dan oportunidad para trabajar, mujeres que son madres y personas de la tercera edad que ya no les toman en cuenta.* (ES9)
-
- Las necesidades de las mujeres que son definitivamente aun una población vulnerable en el Ecuador, puesto que lo que nosotros apuntamos es a que ellas puedan tener acceso a una economía estable que restituyan sus derechos económicos, financieros.* (ES14)
-

	<p><i>Crear fuentes de empleo para gente que normalmente no tiene empleo, como por ejemplo gente con trastornos como yo, madres solteras madres que no tengan con quién dejar a sus hijos, como no sé, personas de la tercera edad, personas con capacidades diferentes, etc. (ES15)</i></p>
	<p><i>Volver a producción más sostenible, más local y con materias primas más biodegradables. Yo creo que eso se convierte en una oportunidad. (ES1)</i></p>
	<p><i>La necesidad de producir, pero sin contaminar tanto y tener la salud del medio ambiente de mano con la producción (ES4) un estilo más consciente y eco amigable al momento de comprar sus productos. (ES4).</i></p>
Conciencia ambiental	<p><i>Nosotros aportamos tanto al país y también obviamente al hacer una agricultura más orgánica al utilizar menos pesticidas, también colaboramos con el medio ambiente, porque de esta manera se reduce mucho el uso de pesticidas químicos y al final del día el producto que va al consumidor es un producto más sano. (ES6) Proponer algo nuevo, nosotros si lo hacemos de una manera muy, muy técnica, tenemos toda la infraestructura y también la capacidad técnica de las personas que trabajan con nosotros para poder brindar soluciones al agricultor. (ES6)</i></p>
	<p><i>Nuestro producto finalmente está hecho para largo uso no es un plástico que se lo bota y va a la basura, sino que dura mucho tiempo más. (ES10) ... Crear una empresa que tenga una conciencia ambiental. (ES10)</i></p>
	<p><i>Concientizar a la gente en esta nueva moda en donde podemos dar un nuevo uso a las cosas y de una forma estamos ayudando también a economizar el bolsillo de la gente y también cuidando el planeta y promoviendo una nueva cultura de moda sostenible. (ES11)</i></p>
	<p><i>Yo, por ejemplo, soy una profesional, pero no me he dedicado a estar en relación de dependencia, sino más bien a crear algo, a demostrar que se puede crear algo y claro, no es fácil mantenerse, no, pero ahí estamos. (ES3)</i></p>
Innovación	<p><i>Proponer algo nuevo, nosotros si lo hacemos de una manera muy, muy técnica, entonces tenemos toda la infraestructura y también la capacidad técnica de las personas que trabajan con nosotros para poder brindar soluciones al agricultor (ES6)</i></p>
	<p><i>Mejorar la calidad de vida de los productores de cacao. (ES5).</i></p>

Calidad de vida	<p><i>Una vez empoderadas y generando recursos, mejoren la calidad de sí mismas de sus familias. (ES14)</i></p>
	<p><i>Hay algunas alianzas con algunas instituciones públicas y privadas. (ES1)</i></p>
	<p><i>Ya se está como empezando a abrir más paso a los pequeños emprendimientos, emprendimientos locales y emprendimientos que sean ambientalmente amigables. (ES4)</i></p>
	<p><i>El apoyo fundamental fue de la Fundación Maquita Cushunchic que desde el inicio nos motivó a organizarnos y, sobre todo, al asumir el reto de comercializar asociativamente nosotros mismos (ES5) instituciones privadas que, si nos apoyaron al momento de hacer el relleno del centro de acopio, nos apoyaron con maquinaria, también, aunque no de forma mayoritaria, pero también se podría destacar el apoyo de la Junta parroquial, del municipio. (ES5)</i></p>
Apoyo público	<p><i>El apoyo del municipio y de ahí también tenemos lo que es el apoyo en talleres, en la cual también contamos con visitas técnicas de expertos en las fincas y así vamos apoyándonos constantemente. (ES8)</i></p>
	<p><i>El apoyo del sector público en la situación de adjudicar órdenes de compra para la prestación del servicio, entonces, el apoyo del sector público siempre ha sido muy importante para que estos emprendimientos se mantengan y se sostenga. (ES9)</i></p>
	<p><i>Instituciones de la ciudad de Cuenca, se ha gestionado y se han movido junto con otros actores para apoyar a emprendedores y dentro de estos está la línea de second hand, entonces institucionalmente nosotros contamos con el apoyo para seguir creciendo como emprendedores y vimos aquí una oportunidad para seguir creciendo. (ES11)</i></p>
	<p><i>La formación más o menos a través del GAD parroquial, en la cual nos comentaron cuáles eran las técnicas y estrategias en cuanto al emprendimiento, cómo se tiene que tratar a la gente, a los turistas que vienen de otros lados. (ES13)</i></p>
Ingresos económicos	<p><i>Crear un entorno de fortalecimiento entre los compañeros para que ellos también mediante su emprendimiento, mediante lo que ellos producen, puedan sostenerse económicamente o eso pueda ser quizá un ingreso más de los múltiples ingresos familiares. (ES3)</i></p>

La necesidad que tenemos de tener ingresos económicos. (ES4)

Se convierte realmente en una oportunidad de una demanda que va en crecimiento y en la línea de lo que son las fortalezas de Tejemuñeres, el saber tejer, saber utilizar materiales de tipo natural y también mantener algunos procesos culturales. (ES1)

Recibir como una remuneración económica por lo que hacemos es fantástico entonces ir creciendo y tener clientes como son Banco del Pichincha o Produbanco, República del cacao, ósea clientes más grandes nos impulsa a querer seguir. (ES7).

Crecimiento económico personal, con el fin de tener mis propios ingresos y poder ir independizándome económicamente. (ES11)

Fueron en nuestro caso nuestros padres que nos ayudaron con un dinero para después nosotros poder invertir y después a ellos pagarles. (ES2)

Es apoyo familiar en ambas líneas que tenemos. (ES4)

El apoyo financiero que hemos recibido ha sido de nuestra familia, entonces para nosotros es como sin la familia no existiríamos. (ES7)

El trabajo en equipo, sobre todo el arrimar el hombro y trabajar en familia porque es lo más importante para que un emprendimiento se sostenga y se mantenga dentro del ámbito donde usted presta un servicio porque no es lo mismo trabajar con particulares que trabaja con familias, entonces frente a eso es más la seguridad del cumplimiento de un trabajo y, sobre todo, sostenerse en el tiempo y con responsabilidad. (ES9)

Apoyo familiar

Ayudarnos con mi hermana, ya que las dos buscábamos independizarnos. (ES12).

Apoyo familiar, incluso desde la casa misma, ya ejecutémoslo, hagámoslo entonces ese apoyo netamente, por qué hacerlo uno solo es muy difícil netamente porque uno tendría que salir a buscar un espacio, arrendarlo y todo eso, en cambio, ya con la familia misma, es un poco más dóciles. (ES13).

Que hayan confiado en nosotros nos motivó para poder seguir con este negocio. (ES2)

	<i>El legado que se les deja a nuestros hijos, en este caso de hacer las cosas bien, de trabajar por no sólo por obtener algo económico, sino por ayudar al medio ambiente. (ES6)</i>
Legado	<i>Necesidad de dejar un legado para nuestros hijos, la familia. (ES10)</i>
Familiar	<i>Yo provengo de una familia de emprendedores, mi padre siempre fue un ente autónomo, nunca estuvo bajo dependencia laboral. (ES3)</i>
	<i>Provenir de una familia de emprendedores. (ES3)</i>
	<i>Mi mamá también tiene sus como que un emprendimiento, entonces esto a mí me motivó a seguir sus pasos y de esta manera, contribuir a mi familia con un poco de apoyo económico y también como mencioné el crecimiento personal. (ES11).</i>
Cultura emprendedora	<i>Yo vengo de familia emprendedora, entonces para mí nunca ha sido opción trabajar para alguien más. (ES15)</i>
	<i>Mantener la tradición de una actividad muy bonita y muy propia de Gualaceo. (ES1)</i>
Tradiciones	<i>Conservar esa cultura de cultivar el cacao que nos identifica, como un producto insigne no solo de aquí, de San Miguel de Brasil, sino de todo el país, entonces eso también me ha motivado, ósea la importancia que tiene el producto en la cultura de la comunidad y en todo el país representa mucho porque es un producto que ha aportado mucho al desarrollo de la economía. (ES5)</i>
	<i>Mi misión en esta vida es el tema del servicio ya no voy a estar en nada más, ya no me voy a dedicar a otro negocio, siempre voy a estar como orientada al servicio y si es que, generando los recursos, se puede también ayudar a otras personas, pues me parece increíble. (ES14)</i>
Normas valores	<i>y Eran justamente los valores que yo tenía, como el veganismo, yo decía, como obviamente consumo todas las marcas que sean veganas, pero al momento yo de sacar una marca, entonces claro, mi marca va a ser vegana (ES15) ... Todo lo que yo buscaba cuando era consumidora y cómo que me hizo falta, fue lo que yo luego saque en la marca para que sea lo más coherente posible a lo que yo hubiese buscado como consumidora. (ES15)</i>

Fuente: Elaboración propia.

Comercio Justo

Los resultados del análisis de las entrevistas ubican al comercio justo como un impulsor del emprendimiento social, debido a que varios entrevistados consideraron que sus emprendimientos a diferencia de los emprendimientos tradicionales se enfocan en crear valor para cada una de las personas que se encuentran inmersas en su cadena de valor, al dotarles de servicios y actividades que permitan a ellos percibir un precio justo por las diferentes actividades que realizan, aprovechando oportunidades y generando un cambio social al crear de cierta manera justicia de lado y lado entre productor y consumidor.

Fuentes de empleo

Otro factor que se pudo identificar a partir del análisis línea a línea en ATLAS.TI , fue las fuentes de empleo ya que varios de los entrevistados mencionaron que se sentían en la necesidad de emprender, pero generando oportunidades de ocupación en sus comunidades puesto que existen personas con las habilidades y capacidades necesarias para producir determinados productos o brindar servicios concretos y es factible crear mercado para que los mismos puedan ofertar sus productos y de esa manera generar ingresos y mejorar su calidad de vida, también mencionaron que era necesario brindar fuentes de empleo que generen desarrollo sostenible dentro de los sectores en los que habitan.

Exclusión social

Varias de las entrevistas realizadas, muestran que los emprendedores sociales optan por involucrar dentro de sus iniciativas a personas que normalmente son excluidas de la sociedad y por lo tanto del mercado laboral, con lo cual les brindan la posibilidad de generar recursos para ellos y sus familias, por lo tanto, otro impulsor de la creación de emprendimientos sociales es la exclusión social que se genera dentro del mercado laboral hacia ciertos grupos de la sociedad.

Conciencia ambiental

Los entrevistados también hicieron énfasis en que crearon sus emprendimientos teniendo en cuenta al medio ambiente, lo cual les permitió crear soluciones a problemas de la sociedad de manera eco-amigable, debido que consideraban que no pueden parar la contaminación, pero si pueden aportar con sus iniciativas de emprendimiento social a crear una cultura de consumo y conciencia ambiental.

Apoyo público

El factor relacionado al apoyo público fue identificado como un impulsor en varias declaraciones de entrevistados, pues la mayoría de emprendedores sociales destacó que existen ciertos factores institucionales que los han motivado a crear este tipo de emprendimientos, comentando que varios de ellos han contado con el apoyo de organizaciones nacionales de gobierno, como el apoyo por parte de Gobiernos autónomos descentralizados quienes se encargan de brindarles capacitaciones o apoyo económico en ciertos casos para fomentar sus emprendimientos sociales, por lo tanto el apoyo público es un factor representativo al momento de crear emprendimientos sociales.

Apoyo familiar

El factor impulsor de emprendimiento sociales también incluía al apoyo familiar, ya que un gran número de entrevistados consideró que, tanto en la creación como en la marcha de su emprendimiento social, siempre estuvo inmersa su familia, quienes eran los que los apoyaron a muchos de ellos económicamente para iniciar su iniciativa y a lo largo de la misma de manera emocional.

Legado Familiar

Un factor importante para la creación de emprendimiento sociales es el legado familiar, pues varios entrevistados mencionaron que actividades en las que se encuentran fueron parte de tradiciones familiares, mientras que otros consideran que al formar parte de un emprendimiento social están dejando un legado a sus hijos y familia.

Cultura emprendedora

Otro impulsor del compromiso de creación de emprendimientos sociales fue la cultura emprendedora, pues los emprendedores sociales veían reflejadas en su familia una cultura en la que prevalecían la generación de emprendimiento y no la necesidad por trabajar en relación de dependencia, lo cual les motivó y permitió poner en marcha sus iniciativas.

Ingresos Económicos

De igual manera, fue muy evidente en las declaraciones de los entrevistados, que parte del impulso por realizar este tipo de emprendimientos, fue el ingreso económico que obtienen por los diferentes servicios o productos que ofertan en el mercado, ya que como anteriormente se argumentó, el emprendimiento social al igual que otro tipo de emprendimiento, se encuentra

enfocado en el mercado y la obtención de ganancias por medio de enfoques innovadores, abordando problemas sociales, por ello es evidente que es un impulsor.

Normas y Valores

Respecto al factor identificado como normas y valores, este se evidenció dentro de algunas declaraciones de los emprendedores sociales, mismas en las que mencionaban que se dejan llevar por su sentido de servicio y apoyo a personas de su comunidad, cantón, parroquia, etc. para llevar a cabo sus iniciativas, así como ciertos valores fundados a lo largo de su vida, que les han permitido crear su emprendimiento sentando sus bases en dichos valores.

Además, los resultados del análisis de entrevistas permitieron identificar ocho factores principales y más comunes mismos que se evidencian como impulsores por los cuales los emprendedores sociales deciden involucrarse en este tipo de iniciativas los cuales se encuentran resumidos en la tabla 6.

Tabla 6

Factores que impulsan el Emprendimiento Social.

Factores de influencia	Frecuencia de declaraciones	Especificaciones
Exclusión social	7	<ul style="list-style-type: none">• <i>El nivel de abandono en el que viven los emprendedores.</i>• <i>Acceso para todas las mujeres.</i>• <i>Crear fuentes de empleo para gente que normalmente no tiene empleo.</i>• <i>Oportunidades de ocupación incluyente.</i>
Apoyo público	7	<ul style="list-style-type: none">• <i>Alianzas con algunas instituciones públicas y privadas.</i>• <i>Apoyo del municipio.</i>• <i>Formación a través del GAD parroquial</i>
Fuentes de empleo	6	<ul style="list-style-type: none">• <i>Que se abran plazas de trabajo.</i>• <i>Generar empleo y tener un mejor estilo de vida personal.</i>

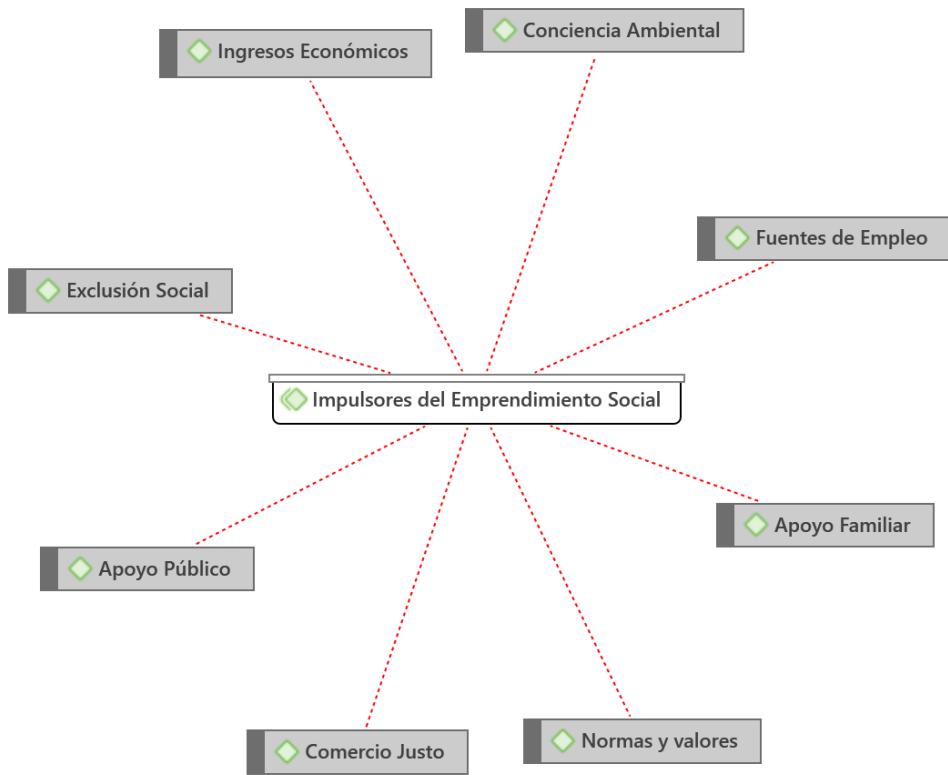
6	• <i>Recibir como una remuneración económica por lo que hacemos es fantástico.</i>
6	• <i>Crecimiento económico personal.</i>
5	• <i>Apoyo financiero de nuestra familia.</i>
5	• <i>Trabajo en equipo.</i>
5	• <i>Ayuda de hermanas.</i>
4	• <i>La necesidad de producir, pero sin contaminar tanto.</i>
4	• <i>Un producto más sano.</i>
4	• <i>Concientizar a la gente promoviendo una nueva cultura.</i>
4	• <i>Que se pague justamente.</i>
4	• <i>Justicia para los que producen y también para los que consumen.</i>
3	• <i>Que la gente se sienta valerosa.</i>
3	• <i>Siempre voy a estar como orientada al servicio.</i>
3	• <i>Ayudar a otras personas.</i>

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se muestra la red de códigos con los impulsores principales expuestos en la tabla anterior.

Figura 1

Identificación de códigos



Nota. El gráfico representa la red de códigos que fue realizada por medio del análisis línea a línea de las entrevistas realizadas.

Discusión

Los resultados de las evidencias empíricas anteriores son útiles para comprender el comportamiento y pensamiento de los emprendedores sociales al involucrarse y ser partícipes de este tipo de emprendimiento, puesto que los mismos se enfrentan a inmutables retos y contextos adversos debido a las constantes problemáticas sociales que se presentan, por ello es necesario analizar los resultados obtenidos considerando que la revisión de la literatura fue clave para tener un punto de partida inicial y responder a la pregunta de investigación planteada.

Los resultados respaldan la afirmación expuesta por Mora y Martínez (2018), quienes consideran que el emprendimiento social varias veces se ve influenciado por efectos nocivos externos como el desempleo y la exclusión social, pues varios emprendedores sociales consideraron que existe cierto nivel de abandono a grupos de la sociedad, debido a la falta de fuentes de empleo y por lo tanto, ese es un factor que les motiva a incluir dentro de sus iniciativas a personas como amas

de casa, universitarios desempleados, pequeños productores, emprendedores, etc. siendo este un componente característico para fundar sus negocios.

Por otra parte, el artículo demuestra que el acceso al financiamiento es un factor que no impulsa la creación de emprendimientos sociales y más bien se ha convertido en un obstáculo para los ES (Rajdeep, 2016), debido a que la mayoría consideró que para iniciar sus emprendimientos optó por solicitar financiamiento a sus familiares, ya que consideraron que solicitar financiamiento externo es muy difícil tomando en cuenta que sus modelos de negocio en un inicio eran débiles y contemplando los riesgos asociados, en contraste con la revisión de la literatura, en la cual se ven latentes impulsores como factores institucionales en donde se encuentra implícito el acceso al financiamiento por parte de instituciones financieras y además, la autonomía y agresividad competitiva, factores que no se encontraron dentro de este artículo (Ámo, 2014; Lumpkin et al., 2011).

Además, en lo que respecta a la evidencia propuesta por Uribe y Bonilla (2013), quienes afirman que las infraestructuras básicas, administraciones públicas, recursos explotables y cultura emprendedora son impulsores del emprendimiento social, la evidencia de las declaraciones solo mostró que de cierta manera las administraciones públicas, tales como Gobiernos autónomos descentralizados municipales y parroquiales, son instituciones que impulsan a los emprendedores sociales a fundar y mantenerse dentro de sus emprendimientos ya que brindan apoyo y soporte a este tipo de negocios, mientras que los demás impulsores no pudieron ser identificados dentro del artículo.

También, los resultados sugieren que factores más subjetivos, como es el caso del impulsor normas y valores se ve implícito en el emprendimiento social, ya que en las declaraciones los entrevistados consideraron que a más del deseo de cumplir con sus objetivos empresariales se dejaban gobernar por su corazón y la ayuda a la gente, este hallazgo se encuentra presente en varios artículos que consideran que factores como la creatividad y las emociones, así como la personalidad y la cognición son factores característicos de los emprendimientos sociales. (Erro-Garcés., 2019; Kruse et al., 2020).

De igual manera, se percibe que los resultado de Amo (2014) en el cual destaca que el capital humano y los factores institucionales son factores que impulsan y explican la dinámica de los emprendimientos sociales, son congruentes con los resultados del artículo debido a que varios emprendedores sociales afirmaron que reciben apoyo por parte de entidades públicas, quienes

se encargan de brindar asistencia a este tipo de emprendimientos, mediante un acompañamiento o capacitaciones que les permitirá mantenerse en el mercado, en lo que respecta a factores institucionales. Por su parte, el capital humano no fue un factor que se pudo evidenciar, ya que, si bien la mayoría de declaraciones de los entrevistados apuntaba a que cuentan con la ayuda de personas hábiles y capaces dentro de sus emprendimientos, este factor no se pudo medir para tener una mejor apreciación del mismo dentro del estudio.

Finalmente, el artículo permitió identificar además de los factores expuestos en la revisión de literatura, otros factores impulsores como es el caso del comercio justo, conciencia ambiental, fuentes de empleo, los ingresos económicos y el apoyo familiar, siendo los mismos un aporte adicional del estudio a la literatura sobre ES.

Conclusiones y Recomendaciones

El emprendimiento Social ha tomado mayor importancia en los últimos años, teniendo una gran acogida por parte de la sociedad y para los ecuatorianos, se encuentra relacionada a varios factores que la impulsan. En primer lugar, es un modelo de negocio que permite afrontar problemas apremiantes de la sociedad mediante la creación de valor por medio de enfoques innovadores (Schöning, 2013). Por otra parte, hay que resaltar que a pesar de tener un componente social fuerte el Emprendimiento Social no es igual que la caridad, pues si bien existe una actitud benevolente por ayudar a otros, los emprendedores sociales siguen siendo personas interesadas en su negocio (Roberts y Woods, 2005).

Además, al reconocer que el Estado de Bienestar en la región no es favorable y existe una intensificación y aparición de nuevos problemas sociales (precarización laboral, exclusión social, problemas medioambientales), se genera un aumento de emprendimientos sociales, para afrontarlos. Por ello, se ve latente la necesidad de seguir investigando y analizando esta área debido a que juega un papel importante en la economía y sociedad (Pacut, 2020).

El objetivo de esta investigación fue identificar los factores clave que impulsan el Emprendimiento Social en emprendedores sociales ecuatorianos. Por medio del uso de una metodología cualitativa y de entrevistas estructuradas, se pudo obtener evidencia empírica que permitió identificar, codificar y analizar los factores impulsores, así como identificar aquellos factores que los emprendedores consideraron como obstáculos para sus emprendimientos sociales. Por ello el estudio verificó por medio del análisis que el impulso de los emprendedores sociales por ser

partícipes de ES fue debido a varias razones. En resumen, se identificaron ocho factores impulsores, estos fueron: exclusión social, apoyo público, fuentes de empleo, ingresos económicos, apoyo familiar, conciencia ambiental, normas y valores y comercio justo, teniendo en cuenta que fueron los más frecuentes en las declaraciones de los entrevistados, y destacando que también se identificaron más factores que no fueron considerados como impulsores habituales.

Por otro lado, se identificaron factores tales como el acceso al financiamiento, que, si bien fue propuesto dentro de la revisión de la literatura, la evidencia empírica demostró que este factor es considerado por los emprendedores sociales como un obstáculo al momento de emprender. Por lo tanto, los hallazgos de la investigación tienen implicaciones en el ámbito teórico, así como en el práctico. El principal aporte del estudio es la contribución de literatura para la investigación del emprendimiento social mediante la cual se identificaron factores como el comercio justo, conciencia ambiental, fuentes de empleo, ingresos económicos y el apoyo familiar, impulsores que no han sido identificados dentro de otros estudios.

En función de ello, los hallazgos son valiosos para los organismos y responsables públicos, mismos que deberán tomar las medidas necesarias para fortalecer el entorno del emprendimiento social, de manera que se apoye su creación y desarrollo permitiendo diseñar soluciones útiles que fomenten las actividades de emprendimiento social en el país. En este contexto, los administradores públicos deben crear normativas que regulen este tipo de emprendimientos favoreciendo el Estado de Bienestar en el país y potenciando la creación de estos. Así mismo, las recomendaciones para futuros análisis que se pueden realizar sobre la base de esta investigación es ampliar el fenómeno de estudio por medio del análisis de los impulsores con un enfoque cuantitativo que permita confirmar los hallazgos obtenidos.

Por último, es importante mencionar que en la investigación existen limitaciones metodológicas debido a que no se cuenta con bases de datos de emprendimientos sociales que permita ampliar el análisis de la evidencia empírica y por lo tanto la generalización del mismo no fue posible, no obstante, la intención fue contribuir al estudio e investigación del tema.

Referencias

- Abazi-Alili, H., Ramadani, V., Ratten, V., Abazi-Çaushi, B., & Rexhepi, G. (2016). Encouragement factors of social entrepreneurial activities in Europe. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 11(4), 225–239. <https://doi.org/10.1504/IJFIP.2016.084529>
- Akter, S., Jamal, N., Ashraf, M. M., McCarthy, G., & Varsha, P. S. (2019). The rise of the social business in emerging economies: A new paradigm of development. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 282-299. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19420676.2019.1640772>
- Åmo, B. W. (2014). Antecedents, prevalence and manifestations of social entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 6(2), 162–178. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2014.062750>
- Ashoka (2020). Emprendimiento social. Ashoka. <https://www.ashoka.org/es-ve/focus/social-entrepreneurship>
- Austin, J., Stevenson, H. y Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, ¿or Both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1) 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 23(5–6), 373–403. <https://doi.org/10.1080/08985626.2011.577242>
- Bartesaghi, A., Greco, S. M. S., Lasio, M. V., Varela, R., Veiga, L., Kew, P., & Herrington, M. (2017). *GEM América Latina y El Caribe 2015/16*. Global Entrepreneurship Monitor GEM. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016-latin-america-and-caribbean-regional-report-spanish>
- Battilana, J. y Dorado, S. (2010). Building sustainable hybrid organizations: the case of commercial microfinance organizations. *The Academy of Management Journal*, 53(6) 1419–1440. <https://www.jstor.org/stable/29780265>
- Bode, I., Gardin, L. y Nyssens, M. (2011). Quasi-marketization in domiciliary care: Varied patterns, similar problems?. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 31(3) 225–235. https://www.researchgate.net/publication/235263158_Quasi

marketisation in domiciliary care Varied patterns similar problems

Bornstein, D. (2005). How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. *Children, Youth and Environments*, 15(2), 401–404.
<http://www.jstor.org/stable/10.7721/chilyoutenvi.15.2.0401>

Bulmer, M. (1979). *Concepts in the analysis of qualitative data. The Sociological Review*, 27 (4), 651-677. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1979.tb00354.x>

Dart, R. (2004). The legitimacy of social enterprise. *Nonprofit Management & Leadership*, 14(4) 411–424. <https://doi.org/10.1002/nml.43>

Defourny, J. y Nyssens, M. (2008). Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. EMES Working Paper, 08:01.

Del Cerro, J. (2016). *El emprendimiento social*. (1^a ed.). Textoflia S.C. https://disruptivo.tv/wp-content/uploads/dlm_uploads/2019/04/LIBRO-Que-es-el-emprendimiento-social.pdf

Dorado, S. (2006). Social Entrepreneurial Ventures: Different Values so Different Process of Creation, no?. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(4), 319-343.
https://www.researchgate.net/publication/23551962_Social_entrepreneurial_ventures_Different_values_so_different_process_of_creation_no

Dubickis, M., & Gaile-Sarkane, E. (2015). Perspectives on innovation and technology transfer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 965-970.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.512>

Erro-Garcés, A. (2019). Creativity and Emotions as Drivers for Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 300–316.
<https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1640773>

Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 449–467.
<https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2016.05.003>

European Commision. (2013). Guide to social innovation. *European Commision*.
https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf

European Latin American Network in Support of Social Entrepreneurs (2022) <https://www.elanet-se.org/>

Fontes, M., Heredia, M. E., Peñaloza, J., Cedeño, M., & Rodríguez-Orozco, A. (2012). Funcionamiento familiar y su relación con las redes de apoyo social en una muestra de Morelia, México. *Salud Mental*, 35(2), 147–154. <https://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v35n2/v35n2a8.pdf>

Gamble, A. (2018). El estado de bienestar y las políticas de austeridad. *La era de perplejidad. Repensar el mundo que conocíamos* (pp. 316–330). Penguin Random House Grupo Editorial. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-estado-de-bienestar-y-las-politicas-de-austeridad/>

García Alonso, R., Thoene, U., María Figueroa, A., & Murillo Amaris, E. (2020). El Emprendimiento Social en el marco de la Alianza del Pacífico. *Revista de Estudios Cooperativos*, 133(67341), 1-12. <https://doi.org/10.5209/REVE.67341>

Huybrechts, B., y Nicholls, A. (2012). Social entrepreneurship: Definitions, drivers and challenges. *Social entrepreneurship and social business*, 31-48. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-8349-7093-0_2

Jiménez, M., & Lafuente, R. (2010). Definición y medición de la conciencia ambiental. *Revista Internacional de Sociología*, 68(3), 731–755. <https://doi.org/10.3989/RIS.2008.11.03>

Jiménez, M., Luengo, J. J., & Taberner, J. (2009). Exclusión Social y Exclusión Educativa como fracasos. Conceptos y líneas para su comprensión e investigación. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 13(3), 11–49. <https://www.redalyc.org/pdf/567/56712871002.pdf>

Kruse, P., Wach, D., & Wegge, J. (2020). What motivates social entrepreneurs? A meta-analysis on predictors of the intention to found a social enterprise. *Journal of Small Business Management*, 59(3), 477–508. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844493>

Lumpkin, G. T., Moss, T. W., Gras, D. M., Kato, S., & Amezcuá, A. S. (2011). Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all? *Small Business Economics*, 40(3), 761–783. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9399-3>

Luttrell, A., Briñol, P., Petty, R. E., Cunningham, W., & Díaz, D. (2013). Metacognitive confidence: A neuroscience approach. *Journal of Social Psychology*, 28(3), 317–332.

<http://dx.doi.org/10.1174/021347413807719148>

- Macke, J., Sarate, J. A. R., Domeneghini, J., & da Silva, K. A. (2018). Where do we go from now? Research framework for social entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 183, 677–685. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.017>
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- McCaffrey, M. (2017). Economic calculation and the limits of social entrepreneurship. M. McCaffrey (Ed.), The economic theory of costs: Foundations and new directions (pp. 243–263). Routledge
- Meza, M., Carrasco, J., López, L., & Ortiz, I. (2016). Propuesta de un modelo de Sustentabilidad para el Emprendimiento Social en México. *Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa*, 1–22. <http://ciriec.es/wp-content/uploads/2016/11/COMUN087-TG1-MEZA-BERDON-et-al-ok.pdf>
- Molinero, L. M. (2002). Interpretación, utilidad y limitaciones del metaanálisis. *GH Continuada*, 1(6), 57–66. <https://www.alceingenieria.net/bioestadistica/metaanalisisgh.pdf>
- Moreira, P., y Urriolagoitia, L. (2011). El emprendimiento social. *Revista española del tercer sector*, (17), 17-40.
- Mota, J. L. (2009). La composición del gasto público y el crecimiento económico. *Revista Análisis Económico*, 24(55), 77–102. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41311453005>
- Murray, R., Caulier-Grice., J. y Mulgan, G. (2010). The Open Book of Social Innovation. NESTA and the Young Foundation, London. <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovation.pdf>
- Nicholls, A., & Cho, A. H. (2006). Social entrepreneurship: The structuration of a field. *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*, 34(4), 99-118.
- Nicholls, A. (2010). The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 611–633. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x>

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pacut, A. (2020). Drivers toward Social Entrepreneurs Engagement in Poland: An Institutional Approach. *Administrative Sciences*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.3390/admsci10010005>
- Pareja, B. (2013). El emprendimiento social: una introducción a los conceptos, dimensiones y teorías. *Servicios Sociales y Política Social*, 102, 11-22. <https://www.serviciossocialesypoliticassocial.com/el-emprendimiento-social-una-introduccion-a-los-conceptos-dimensiones-y-teorias>
- Rajdeep, D. (2016). Social entrepreneurship in Assam—Drivers and roadblocks. *International Journal of Transformation in Business Management*, 6(1), 30-42. https://ijtgm.com/admin/upload/1501872504_RAJDEEP_DEB_5.pdf
- Roberts, D. y Woods, C. (2005). Changing the World on a Shoestring: The Concept of Social Entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51. https://www.researchgate.net/publication/242320433_Changing_the_World_on_a_Shoestring_The_Concept_of_Social_Entrepreneurship
- Sabariego-Puig, M., Vilà-Baños, R., & Sandín-Esteban, M. P. (2014). El análisis cualitativo de datos con ATLAS.ti. *Revista d'Innovació i Recerca En Educació*, 7(2), 119–133. <https://doi.org/10.1344/reire2014.7.2728>
- Schöning, M. (2013). Social Entrepreneurs as Main Drivers of Social Innovation. In Social Innovation: Solutions for a Sustainable Future (pp. 1–335). <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36540-9>
- Sekliuckiene, J., & Kisielius, E. (2015). Development of Social Entrepreneurship Initiatives: A Theoretical Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 1015–1019. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.519>
- Sen, A. (1998). Capital humano Y Capacidad Humana. *Cuadernos de Economía*, 17(29), 67–72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4934956>
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161–194.

<https://doi.org/10.1002/SEJ.69>

Spear, R. (2006). Social entrepreneurship: a different model?. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 399–410.

Sullivan, D. (2007). Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support from Cities Make a Difference?. *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 77-78.
<http://www.jstor.org/stable/4166292>

Tolentino, F. B. (2015). La Importancia del Emprendimiento Social frente al proceso de globalización de la Economía y los Mercados. *Gestión en el Tercer Milenio*, 18(35), 39–49.
<https://doi.org/10.15381/gtm.v18i35.11703>

Uribe, J. y Bonilla, J. (2013). El desarrollo local y empresarial: la formación como factor básico para orientar al emprendedor. *Intangible Capital*, 9(3), 644-677.
<http://dx.doi.org/10.3926/ic.272>

Vera Ruiz, A., Prialé Valle, M. Á., Espinosa Pezzia, A., Ninahuanca López, E. F., (2020). Modelando una propuesta conceptual para analizar características psicosociales de emprendedores sociales peruanos. *Revista Peruana De Psicología*, 26(1), 1–17.
<https://doi.org/10.24265/LIBERABIT.2020.V26N1.03>

World Fair Trade Organization. (2022). ¿Qué es el Comercio Justo?. *World Fair Trade Organization-Latin America*. <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., & Shulman, J. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. <https://doi.org/10.1016/j.ibusvent.2008.04.007>

Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 1-12. <https://w.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

Zvi, B., & Merton, R. C. (1999). *Finanzas*. (1^a ed.). Pearson Educación.