



# ECONOMÍA INFORMAL Y CIUDAD:

Tres ensayos que  
caracterizan  
la iniciativa empresarial  
informal en Ecuador

JUAN GABRIEL LÓPEZ VERA



# ECONOMÍA INFORMAL Y CIUDAD:

Tres ensayos que  
caracterizan  
la iniciativa empresarial  
informal en Ecuador

JUAN GABRIEL LÓPEZ VERA



EDITORA  
ARTEMIS  
2023



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

<b>Editora Chefe</b>	Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira
<b>Editora Executiva</b>	M. <sup>a</sup> Viviane Carvalho Mocellin
<b>Direção de Arte</b>	M. <sup>a</sup> Bruna Bejarano
<b>Diagramação</b>	Elisangela Abreu
<b>Autor</b>	Prof. Me. Juan Gabriel López Vera
<b>Imagem da Capa</b>	Otavalo, Ecuador - siempreverde22/123RF
<b>Bibliotecário</b>	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

#### Conselho Editorial

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba  
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil  
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil  
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal  
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo (USP), Brasil  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México





Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*  
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*  
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*  
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*  
Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal, Canadá*  
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointner Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*  
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal  
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*  
Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg, Suécia*  
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*  
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*  
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil  
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College, Estados Unidos*  
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha, Espanha*  
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal  
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil  
Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
Prof. Dr. José Cortez Godínez, Universidad Autónoma de Baja California, México  
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México  
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid, Espanha*  
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colômbia*  
Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil  
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil  
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil  
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil  
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil  
Prof.ª Dr.ª María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Maria Gracinda Carvalho Teixeira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil

Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Ninfa María Rosas-García, Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional, México  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Odara Horta Boscolo, *Universidade Federal Fluminense*, Brasil  
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil  
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil  
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil  
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University*, Russia  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal  
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil  
Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil  
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia  
Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León*, Espanha

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

L864e López Vera, Juan Gabriel.  
Economía Informal y Ciudad [livro eletrônico] : Tres ensayos que caracterizan la iniciativa empresarial informal en Ecuador / Juan Gabriel López Vera. – Curitiba, PR: Artemis, 2023.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

Edição bilíngue

ISBN 978-65-81701-04-8

DOI: 10.37572/EdArt\_011223048

1. Setor informal (Economia) – Machala (Ecuador). 2. Administração. 3. Economia digital. I. Título.

CDD 330.9866

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**



A mi esposa Andrea, por el entendimiento y acompañamiento en todo este tiempo que hemos caminado juntos.

A Francisco, Maité y Cristhian, por ser mi inspiración para la investigación y contribución a un mejor futuro. Que este trabajo los motive a buscar siempre una pregunta incómoda de la cual puedan aprender mucho y proyectarse.

## AGRADECIMENTOS

Este libro se desarrolló dentro del proyecto de investigación “Concertación de capital público y privado. Utilización de los espacios urbanos en la competitividad de la ciudad de Machala”. Proyecto adscrito a la carrera de Economía de la Universidad Metropolitana del Ecuador, sede Machala.

El primer agradecimiento de esta obra es a la pregunta que me llevó a un proceso de investigación de ocho años, que inició con una inquietud en una clase doctoral: ¿Qué motiva a las personas a iniciar y mantener actividades empresariales en el sector informal?. Siempre una buena pregunta es el detonante fundamental para adentrarse en posibles orientaciones que pueden terminar dando un rumbo explicativo interesante. Y si a ello se le agrega que las respuestas existentes o *generalmente aceptables* no contribuyen a reconocer los orígenes de la situación latente, que se aborde de una forma diferente su tratamiento y que se obtengan resultados relevantes; entonces se vuelve motivante la inmersión en las diferentes contribuciones que se han generado en el estudio de los incentivos para el inicio de un emprendimiento en la economía informal.

Agradezco también a diferentes autores cuyo trabajo sirvió de base para el desarrollo de esta obra, pero en particular mi gratitud a Collins Williams y Eijaz Khan. Collins es un autor que ha dedicado su vida al estudio de las intenciones empresariales en el sector informal en Europa, especialmente los países bálticos y postsoviéticos. Eijaz en cambio ha desarrollado estudios sobre la influencia del macroambiente y en los valores subjetivos en el emprendimiento oculto o informal en países asiáticos. Sus contribuciones han permitido ir posicionando una mirada alternativa al emprendimiento en el sector informal, alejado de los prejuicios de ocultación premeditada.

No podía dejar de lado a mis colegas Teresa Alcívar y Maximiliano Pérez, compañeros docentes durante mi paso por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil; su revisión a profundidad de esta obra y sus sugerencias me ayudaron a mejorar la calidad de contenido. Finalmente, extendiendo mi gratitud a mis estudiantes (y ahora colegas de profesión) Joselyn Correa y Anshie Guayanay que contribuyeron con el levantamiento de información y búsqueda bibliográfica en los capítulos 4 y 5.

## SUMÁRIO

### ECONOMÍA INFORMAL Y CIUDAD: TRES ENSAYOS QUE CARACTERIZAN LA INICIATIVA EMPRESARIAL INFORMAL EN ECUADOR

Juan Gabriel López Vera

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_011223048](https://doi.org/10.37572/EdArt_011223048)

#### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

**CAPÍTULO 1.....1**

INTRODUCCIÓN

**CAPÍTULO 2.....4**

ASPECTOS GENERALES SOBRE LA INFORMALIDAD

2.1 INTRODUCCIÓN.....6

2.2 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....11

REFERENCIAS DEL CAPÍTULO .....12

**CAPÍTULO 3.....17**

REVISIÓN DE LA LITERATURA

3.1 INTENCIONES EMPRESARIALES .....18

3.2 EMPRENDIMIENTO INFORMAL .....31

3.3 NORMA SUBJETIVA O SOCIAL.....51

3.4 RESUMEN DEL CAPÍTULO .....59

REFERENCIAS DEL CAPÍTULO .....63

#### ENSAYOS APLICADOS

**CAPÍTULO 4.....74**

MACROENTORNO DE NEGOCIOS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR INFORMAL EN GUAYAQUIL, ECUADOR



<b>4.1 INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>74</b>
<b>4.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y CONTEXTUALES .....</b>	<b>78</b>
4.2.1 El emprendimiento en el sector informal .....	79
4.2.2 El contexto ecuatoriano de las actividades microempresariales del sector informal.....	81
4.2.3 Las dimensiones culturales de Hofstede .....	83
<b>4.3 PLANTEAMIENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>86</b>
4.3.1 Herramientas estadísticas.....	88
<b>4.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>90</b>
<b>4.5 TRIANGULACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>100</b>
<b>4.6 RESUMEN DEL CAPÍTULO.....</b>	<b>103</b>
<b>REFERENCIAS DEL CAPÍTULO .....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXO A DEL CAPÍTULO: CONSENTIMIENTO DE LOS AUTORES.....</b>	<b>111</b>
<b>ANEXO B DEL CAPÍTULO: FORMATO DE ENCUESTA.....</b>	<b>111</b>
<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>112</b>
<b>CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INICIADO POR AMAS DE CASA EN LA CIUDAD DE MACHALA, ECUADOR</b>	
<b>5.1 INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>112</b>
<b>5.2 MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>114</b>
<b>5.3 METODOLOGÍA.....</b>	<b>119</b>
<b>5.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>120</b>
<b>5.5 RESUMEN DEL CAPÍTULO .....</b>	<b>124</b>
<b>REFERENCIAS DEL CAPÍTULO .....</b>	<b>127</b>
<b>ANEXO A DEL CAPÍTULO: PREGUNTAS PARA ENTREVISTAR.....</b>	<b>129</b>
<b>ANEXO B DEL CAPÍTULO: ENTREVISTAS .....</b>	<b>131</b>

<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>147</b>
CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INICIADO POR MIGRANTES VENEZOLANOS EN LA CIUDAD DE MACHALA, ECUADOR	
6.1 INTRODUCCIÓN.....	147
6.2 MARCO TEÓRICO .....	149
6.3 METODOLOGÍA.....	155
6.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	156
6.5 RESUMEN DEL CAPÍTULO .....	159
REFERENCIAS DEL CAPÍTULO .....	161
ANEXO A DEL CAPÍTULO: PREGUNTAS PARA ENTREVISTAR.....	163
ANEXO B DEL CAPÍTULO: ENTREVISTAS .....	164
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>170</b>
CONCLUSIONES DEL LIBRO	
<b>SOBRE O AUTOR</b> .....	<b>172</b>

# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

El incremento de la informalidad en la actividad económica ha venido a la región latinoamericana como un resultado del bajo crecimiento económico y el crecimiento de la economía digital. Una lenta recuperación de la actividad económica tras la crisis sanitaria de la COVID19 ha llevado a una baja creación de empleos adecuados con transiciones hacia formas no plenas de empleo; ahí es donde interviene la profundización de la economía digital debido a que surgen plataformas que deslocalizan al mercado y otorga formas flexibles de trabajo, pero invisibilizando el reconocimiento de derechos laborales. Lo cual repercute en el bienestar social debido a que las personas que trabajan bajo mecanismos digitales no cuentan con protección social frente a riesgos como: accidentes laborales, fondos previsionales, seguro para desempleo, etc.

En el caso ecuatoriano, la evolución del mercado laboral no muestra mejoras significativas con respecto a la situación previa a la crisis sanitaria de la COVID19, en la tabla 1 se muestra los cambios en los diferentes grupos poblacionales con respecto al trabajo entre 2018 y 2023.

Tabla 1. Composición de la población por segmentos de relación laboral.

Composición de la población	2018-II	2019-II	2021-II	2022-II	2023-II	Variación entre 2023-II y 2019-II
Población en Edad de Trabajar	12.023.846	12.316.194	12.645.251	12.835.738	13.017.479	701.285
Población Económicamente Activa	7.978.870	8.231.949	8.367.016	8.551.774	8.387.811	155.862
Población con Empleo	7.648.773	7.865.786	7.903.180	8.184.509	8.066.855	201.069
Empleo Adecuado/Pleno	3.105.674	3.123.743	2.586.600	2.886.553	3.050.614	-73.129
Subempleo	1.544.373	1.667.278	1.915.580	1.968.907	1.631.951	-35.327
Empleo no remunerado	838.730	855.741	1.084.680	920.663	899.219	43.478
Otro empleo no pleno	2.116.670	2.169.741	2.240.304	2.384.967	2.458.670	288.929
Empleo no clasificado	43.325	49.282	76.017	23.419	26.401	-22.881
Desempleo	330.097	366.163	463.836	367.265	320.957	-45.206
Población Económicamente Inactiva	4.044.977	4.084.245	4.278.235	4.283.964	4.629.668	545.423

Nota. Banco Central del Ecuador (2023).

Como se puede apreciar, entre el segundo trimestre del 2019 y del 2023 ha existido un crecimiento importante en la población en edad de trabajar, la población económicamente activa y la población con empleo. No obstante, los grupos poblacionales con respecto al empleo adecuado y el subempleo tuvieron decrecimientos: 73,129 y 35,327, respectivamente mientras que las otras formas no adecuadas de empleo tales como el empleo no remunerado y el otro empleo no pleno crecieron: 43,478 y 288,929, respectivamente. Esto muestra que la capacidad de absorción del mercado laboral ecuatoriano ha estado principalmente concentrada en el segmento informal de trabajo. Otro elemento atractivo del conjunto de datos es que la población económicamente inactiva ha crecido con mayor fuerza que la población activa, esto implica que si estas personas estuviesen buscando activamente trabajo muy posiblemente serían absorbidos por las formas no adecuadas de empleo y esto significaría un mayor problema para la actividad económica en Ecuador.

A más de las relaciones de precariedad laboral (a partir de un segmento informal creciente) surgen problemas a nivel de seguridad y educación que terminan afectando la modernidad de la mano de obra. De ahí la importancia de reconocer cuáles son las características que representan a quienes se encuentran desarrollando alguna forma de ocupación en la economía informal, particularmente quienes inician actividades por cuenta propia con el objetivo de tener alguna forma de generación de ingresos. Este es el caso que ocupa el libro.

Para el abordaje de la temática esta obra se divide en dos secciones. La primera sección delimita los fundamentos teóricos que delimitan la economía informal, sus relaciones con los incentivos de emprendimiento y cómo la norma subjetiva o social junto al ambiente de negocios pueden ser un semillero para el surgimiento de actividades comerciales no registradas. La segunda sección en cambio se refiere al análisis de tres casos de estudio sobre los emprendedores en la economía informal, estas investigaciones se desarrollaron en las ciudades de Guayaquil y Machala. Estas localidades se caracterizan por fundamentar una buena parte de su dinámica económica en la intermediación comercial, la manufactura y la prestación de servicios. En los estudios aplicados en Machala se abordan de forma específica el caso de las madres emprendedoras y los migrantes venezolanos, como grupos vulnerables y que tienen características comunes en cuanto a las

necesidades que enfrentan para sostener sus unidades de negocio. El texto finaliza con un apartado para las conclusiones y reflexiones finales alrededor de las orientaciones teóricas que aluden al tratamiento de las iniciativas empresariales en la informalidad.

# CAPÍTULO 2

## ASPECTOS GENERALES SOBRE LA INFORMALIDAD

Definir a la informalidad en un concepto ha supuesto una tarea compleja debido a que en la literatura se suele clasificar en este grupo a todo aquello que no sigue observación estricta del marco legal, específicamente en lo que respecta a contratación, tributación, entre otros (Schneider, 2012). Williams y Windebank (1998) hicieron un primer intento en definir a la informalidad como un conjunto de actividades productivas que se ocultan con fines fiscales, de seguridad social y/o derecho laboral, pero que en todos los demás aspectos son legales.

Ranis y Stewart (1999) ahondaron un poco más en las diferentes actividades que ocurren en la informalidad e identificaron que este sector está compuesto por dos subsistemas: tradicional y moderno. El primero se refiere a actividades de subsistencia, que están caracterizadas por baja capitalización, productividad laboral e ingresos; tecnología rudimentaria que en muchos casos se gestiona desde el hogar y tamaño de nómina reducido. El segundo se refiere a actividades con mayor valor agregado cuyo motivador no es solamente la subsistencia, sino la captura de oportunidades mercado y en la cual se identifican mejores indicadores en términos de tecnología, productividad y generación de ingresos.

Desde la introducción del término informalidad en los años 70 por Keith Hart se han desarrollado algunos enfoques que pretenden explicar el origen de la informalidad, en la literatura se repiten cinco de ellos con mayor frecuencia: (a) dualista, (b) estructuralista, (c) legalista, (d) voluntarista y (e) post-dualista (Williams y Lansky, 2013). El dualista percibe al sector informal como residual, producto de las variaciones cíclicas del sector formal y por tanto propone que ante una mejora en las condiciones del entorno formal tiende a desaparecer debido a que no mantiene relaciones productivas con la formalidad (La Porta y Shleifer, 2014; Packard, 2007).



El estructuralista propone que el sector informal es un resultado del modelo de acumulación de capital del neoliberalismo, por lo tanto, expulsa trabajadores menos cualificados para lograr flexibilización productiva y reducción de costos (Slavnic, 2010; Ahmad, 2008). Bajo este enfoque se supone que tanto formales e informales desarrollan relaciones productivas y por tanto el primero necesita del segundo para mejorar su competitividad y ganancias (Taiwo, 2013). El enfoque legalista en cambio propone que el sector informal está formado por empresarios que deciden conscientemente ser informales dado los altos costos de la formalidad (Nwabuzor, 2005), así como el excesivo proceso burocrático de registro para ejercer derechos de propiedad legalmente reconocidos (De Soto, 2000). El enfoque voluntarista se opone al legalista y plantea que la elección de informalidad es un esfuerzo deliberado por evitar el pago de tributos (Chen, 2006).

Finalmente, el enfoque post-dualista sugiere que la informalidad está vinculada con la economía solidaria debido a que su objetivo es lograr desarrollo social antes que económico y que para mediar conflictos utiliza normas sociales que sancionan con más fuerza que las mismas normas formales (Siu y Lo, 2013; Ojo, Nwankwo y Gbadamosi, 2013; Karnaukhova, 2013; Morris, 2011). Una primera evidencia positiva para sostener la empresarialidad informal desde el enfoque post-dualista fue propuesta por Williams (2009), encontrando que el 77% de las personas que optaban por el emprendimiento en la informalidad lo hacían por decisiones de elección personal, por encima de la tener incentivos de necesidad como habitualmente ha catalogado la literatura como cimientos de las actividades empresariales informales.

Bajo los enfoques anteriores se han desarrollado algunas estudios para entender la informalidad como la venta ambulante y sus características de formación y mantenimiento (Parra y Sepúlveda, 2013), relaciones de informalidad existentes en el sector formal específicamente en unidades pequeñas y medianas de empresas (Webb, Duane y Ketchen, 2014; Williams, Round y Rodgers 2006), efectos del sector sobre la fiscalidad (Williams y Nadin, 2012), la elección del sector informal como un proyecto empresarial para aumentar la satisfacción personal (Chua y Bedford, 2016; Carr et al., 2011), la calidad de vida (Williams y Shahid, 2016, Irava y Moores, 2010), el reconocimiento social y empoderamiento (Kickul et al., 2010; Lumpkin y Dess, 1996) y la influencia del macro ambiente en la creación de empresas en ese

sector (Autio y Fu, 2015; De Castro, Khavul y Bruton, 2014; Rosenbusch et. al, 2013). Sin embargo, sigue pendiente el estudio de la informalidad desde el punto de vista del espíritu empresarial para entender de mejor manera porqué ingresan nuevas empresas al sector informal y que los motiva a mantenerse en ese sector (Siqueira, Webb y Bruton, 2016; Welter, Smallbone y Pobol, 2015; De Castro, Khavul y Bruton, 2014; Williams y Lansky, 2013).

## 2.1 INTRODUCCIÓN

Las investigaciones previas a este trabajo muestran un marcado peso del enfoque estructuralista o neoclásico, la teoría de la agencia en el análisis de los empresarios informales y el enfoque legalista (Williams y Lansky, 2013; Williams, 2009), estos enfoques suponen que con una combinación de crecimiento económico, integración al proceso de globalización y desburocratización de los procesos de formalización se puede lograr que por un lado las empresas existentes en el sector informal se formalicen y por otro lado, reduce los estímulos de creación de nuevas empresas en dicho sector. Sin embargo, estos enfoques no son capaces de explicar por qué tantas empresas y trabajadores que operan en la informalidad están conformes con su situación aun cuando podrían lograr una relación costo/beneficio más redituable si cambiaran su actividad a la formalidad (Bischoff y Wood, 2013).

Las empresas del sector informal parecen constituir un conglomerado importante en los países en vías de desarrollo (Khan y Quaddus, 2015) debido a que constituyen fuentes alternativas para generar plazas de trabajo. El espíritu empresarial en el sector informal ha sido señalado como un semillero de empresas sustanciales a través del tiempo (Babbitt, Brown y Mazaheri, 2015) debido a su contribución para generar empleo y desarrollo social y económico (Welter, Smallbone y Pobol, 2015), las actividades que se desarrollan en la informalidad incluso permiten reducir el riesgo inicial de las firmas cuando se enfrentan a entornos de mercado agresivos (Slonimski et al., 2009).

Estas primeras aproximaciones demuestran que el sector informal se adapta de forma dinámica al entorno donde se genera, generando valor para sus tenedores y para su comunidad próxima (Viswanathan et al., 2014) lo cual modifica radicalmente la concepciones previas con respecto a la informalidad y su papel

residual y no permanente en la economía, que llevaron a creer que los empresarios informales son orientados por la necesidad y que con políticas de disuasión se podía evitar su formación y crecimiento (Williams, Round y Roger, 2006).

Schneider, Buehn y Montenegro (2010) estimaron que las contribuciones de estas empresas al producto interno bruto de países en desarrollo fluctúan en un rango entre el 18% y el 39%, siendo su mayor aporte en actividades económicas relacionadas con los servicios y la producción asociativa de bienes para uso intermedio de empresas y consumo final por hogares y empresas. Bruton et al. (2013) señalaron que la informalidad representa el 65% de empleo en Asia, el 51% en América Latina y 72% en África Subsahariana.

El mayor o menor aporte de este tipo de empresas a la producción nacional depende de: (a) una mayor rigidez en controles y regulaciones gubernamentales que terminan afectando negativamente al ambiente empresarial (Anderson, El Harbi y Brahem, 2013), (b) la contracción de la demanda de trabajo en grandes y medianas empresas que pertenecen al sector formal (Bruton et al., 2013) y (c) rápido incremento de la población urbana sea este por migración o por natalidad, lo cual presiona a la oferta de trabajo sobre todo en los segmentos con cualificación media hasta baja (Ketchen, Duane y Webb, 2014). Por tanto, estudiar el desempeño de este tipo de empresas es importante pues constituyen una parte relevante del PIB y tienden a completar el comportamiento del mercado del trabajo en economías en desarrollo.

Hasta ahora los esfuerzos por regular la informalidad tanto desde la academia como desde los gobiernos se ha concentrado en considerar a los miembros del sector informal como un todo, así como las causas que los llevan a elegir mantener su operación en ese sector (Schneider y Enste, 2000), llevando a ejecutar políticas estandarizadas de desregulación y mayores controles con el objetivo de desestimular el espíritu empresarial en el sector informal. Sin embargo, Chen (2006) explicó que esto no es posible debido a que cada segmento tiene sus propias particularidades; por tanto, no es la misma motivación de un trabajador independiente del sector informal, un trabajador asalariado o un empresario para pertenecer a ese sector, de ahí la poca efectividad de aplicar política pública para influenciar sobre la tasa de informalidad en países en desarrollo, específicamente.

Por otra parte, Anderson, El Harbi y Brahem (2013) plantearon que el establecimiento de mayores controles a la actividad informal conspira contra el

mismo espíritu emprendedor de una economía, dado que las firmas cuando empiezan a operar no lo hacen abiertamente formal, y por tanto es importante la diferenciación y entendimiento de cada caso para lograr resultados en la conducción del sector informal hacia la modernidad de la economía (Bruton et al., 2013).

En esa línea conviene entonces definir primero el perfil de un empresario de ese sector para determinar su procedencia y estímulos para crear y mantener empresas en la informalidad. Entender el perfil del empresario y el modelo de gestión de las empresas del sector informal es importante pues ambos elementos influyen directamente en los resultados empresariales (Khan y Quaddus, 2015) y en su elección por mantenerse operando en ese sector (Welter, Smallbone y Pobol, 2015).

Desde el punto de vista de quienes son las personas que ingresan a la informalidad, ha persistido una tesis de marginalización que afirma que los desempleados o grupos de personas que se encuentran en una condición de exclusión social son quienes tienen más incentivos para empezar actividades empresariales en la informalidad. Sin embargo, estos resultados se han reportado tras la aplicación de estudios a pequeña escala y desarrollados en poblaciones específicas (Williams y Horodnic, 2017) lo cual hace que carezcan de validez en la generalización de sus resultados.

Según estadísticas pertenecientes a *The Socio-Economic Database for Latin American and the Caribbean* (SEDLAC) elaborado por la Universidad Nacional de la Plata y el Banco Mundial, Ecuador presentó a 2012 niveles de informalidad superiores al porcentaje promedio de América Latina – 50% versus 47%, lo cual ubica al país en el grupo de mayor dependencia en las relaciones laborales informales en la región siendo esto un motivo importante para estudiar a profundidad a los empresarios de ese sector, sobre todo porque el reporte *Evolución del empleo informal en Ecuador: 2009 – 2012* (Organización Internacional de Trabajo OIT, 2014) el empleo informal no agrícola se redujo del 61% al 50%, sin embargo, esta reducción se concentró básicamente en un mayor control a las relaciones laborales en empresas del sector formal mediante el establecimiento de sanciones más severas para casos de afiliación tardía o atrasos en pagos a la seguridad social. En las empresas del sector informal prácticamente ha permanecido sin variación las tasas de participación en empleo que ellas generan (OIT, 2014).

No obstante, este estancamiento en los indicadores ha venido de la mano con una serie de políticas que se establecieron con el objetivo de estimular a la formalización de las empresas que pertenecen a este sector tales como (León, 2014): (a) elevación a precepto constitucional del modelo solidario de producción, (b) establecimiento de leyes específicas que protejan el trabajo autónomo e inclusivo, (c) establecimiento de un régimen impositivo simplificado y (d) establecimiento de un sistema voluntario de afiliación a la seguridad social; todas estas medidas se encuentran alineadas a propuestas que fueron formuladas por autores como Khan y Quaddus (2015), Schneider (2012) y Williams, Round y Rodgers (2006), sin embargo, los resultados no han sido efectivos. Este rezago en lograr efectos significativos sobre las tasas de informalidad estaría creado por una insuficiente motivación de la institucionalidad del país para generar el cambio hacia el sector formal y por otro lado por la existencia de incentivos muy fuertes que según OIT (2014) presionan sobre la decisión de mantenerse activos en el sector informal aún con estímulos para migrar a la formalidad.

Dado el tamaño de participación del sector informal en la economía ecuatoriana, su contextualización a nivel de Latinoamérica como un país con una tasa de informalidad superior al promedio, la condición atípica de mantenimiento de la informalidad aún con mecanismo legales que la promuevan a la formalidad, se precisa tomar al empresario informal ecuatoriano como un caso de estudio para determinar su perfil y poder explicar su dinámica de comportamiento y gestión para de esa manera conocer sus necesidades, estimular sus capacidades y mejorar el desempeño de su empresa.

Pese a que la teoría clásica de la economía sugiere que la existencia de negocios informales no es deseada en un entorno debido a las condiciones de precariedad en que esta se desarrolla, Welter, Smallbone y Pobol (2015) explicaron que no todas las empresas del sector informal se desarrollan en condiciones de baja productividad total debido a que no todas surgen desde la visión de subsistencia de los tenedores sino que su comienzo se origina desde un segmento informal y luego con innovación, mejora continua y mucho trabajo saltan al sector formal. En ese tramo de evolución precisamente van arrastrando a otras empresas de su sector con menor productividad y las terminan por insertar en la formalidad. Por supuesto también hay organizaciones que deciden mantenerse en la informalidad,

sin embargo, esas entidades comienzan a ser más visibles pues transparentan más su operación y constituyen también una fuente de desarrollo socioeconómico en un país pues generan mayor trabajo y bienestar.

Conocer los factores que impulsan a una persona a crear y mantener su estructura empresarial en el sector informal pese a contar con incentivos para migrar hacia la formalidad es importante para poder entender los motivos que hay tras esa decisión (Elgin y Oztunali, 2014; Anderson, El Harbi y Brahem, 2013). Adicionalmente, permite completar información para generar política pública que sea más efectiva en el tratamiento de los incentivos empresariales de generar y mantener negocios en el sector informal.

Estudiar el perfil de los empresarios del sector informal es importante por varias razones. En primer lugar, estudios previos indican que pese a que el marco institucional y los derechos de propiedad son aspectos que facilitan/inhiben la creación de más empresas en el sector informal no está claro aún cómo esta información se decodifica para luego incidir en las motivaciones de un empresario a optar por la formalidad o informalidad (Siqueira, Webb y Bruton, 2016; Ketchen, Duane y Webb, 2014).

En segundo lugar, en economías donde la informalidad supera el 25% del Valor Agregado Bruto se desatan importantes problemas fiscales en lo que respecta a la recaudación tributaria (Estrin y Mickiewicz, 2012), empujando a los países a resolver esa perturbación con una mayor carga impositiva a los formales, generando de esa forma un efecto expulsión en la inversión privada en ese sector. Estos dos efectos tienen repercusiones importantes sobre el bienestar social y por tanto se precisa comprender los estímulos para formular política económica apropiada que maneje los incentivos específicamente del sector informal.

En tercer lugar, se considera que, la informalidad en entornos munificentes sirve como un mecanismo para atenuar el riesgo empresarial de entrada a la formalidad y por tanto este es un paso previo para luego declarar abiertamente la existencia del negocio (Siqueira, Webb y Bruton, 2016; Williams, 2009). Debido a que existe un período de transición entre ambos sectores difundido en la literatura (Williams, 2009), es importante especificar qué factores influyen durante ese intervalo de tiempo para mantener oculto sea total o parcialmente la actividad del negocio. Esos factores podrían explicar el por qué aún ante entornos



de desregulación o periodos de crecimiento económico, la informalidad persiste (Dibben y Williams, 2012; Schneider, 2013).

Un ejemplo de ese comportamiento lo recopiló OIT (2013a) en América Latina y el Caribe, donde pese a que el PIB experimentó un crecimiento promedio anual real de 3.5% entre 2000 y 2012, el trabajo informal disminuyó de 49.7% a 47.7%, evidenciando entonces que los fundamentos de racionalidad que sustentan los enfoques tradicionales de origen y permanencia de la informalidad no son suficientes y que son necesarios estudios exploratorios para obtener nueva evidencia que explique el fenómeno de la informalidad.

## 2.2 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

El término empresario que proviene del inglés *entrepreneur* es definido como “*somebody actively involved in starting an enterprise or the owner/manager of an Enterprise*” (Williams y Shahid, 2016) [alguien que participa activamente en el inicio de una empresa o el propietario / gerente de una empresa]. La creación de una empresa implica que se asumen riesgos personales y se debe desarrollar una capacidad de innovación significativa para poder mantener la dirección de la empresa y lograr detectar las oportunidades que surgen en el entorno para aprovecharlas de la mejor manera posible. Williams, Rounds y Roger (2006) especificaron que quienes emprenden en el sector informal no necesariamente lo hacen por necesidad, como tradicionalmente se ha creído, sino que lo hacen con fines exploratorios para minimizar el riesgo propio y como más adelante explica Neuwirth (2011) tener mejor conocimiento del mercado al que se pretende ingresar.

El punto de partida para clasificar a una empresa como informal es considerar las disposiciones de la Décimo Quinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo de 1993, donde se determina que las empresas informales son unidades que no están constituidas como entidad jurídica independiente del propietario, no poseen un registro completo de cuentas formales y por tanto no se reportan a las autoridades respectivas para efectos fiscales (OIT, 2011, 2013b). Hussmans (2005) definió a las empresas informales como unidades privadas no constituidas en sociedad, es decir, que no se constituyen como entidades jurídicas independientes de sus propietarios y para los cuales no hay información completa debido a que existe una separación difusa entre lo que esta hace y lo que hace su

propietario. Williams y Lansky (2013) explicaron que estas empresas no se crean necesariamente con la intención deliberada de evadir la legislación vigente, por tanto, son unidades que conceptualmente son legítimas.

Emprendimiento informal es definido como “(...) *activities that take place partially or fully outside government regulation and laws, taxation, but inside a normative institutional frame which is based on implicit mutual understanding of society and communities of what is acceptable and tolerable*” (Welter, Smallbone y Pobol, 2015, p. 294) [Actividades que se realizan parcial o totalmente fuera de la regulación y las leyes del gobierno, impuestos, pero dentro de un marco institucional normativo que se basa en la comprensión mutua implícita de la sociedad y las comunidades de lo que es aceptable y tolerable]. Como se puede notar, el filtro básico de una actividad empresarial informal es su aceptabilidad y tolerancia social, lo que significa que los empresarios informales buscan legitimidad moral con sus actividades antes que legitimidad formal.

Las normas subjetivas son definidas por Fini et.al. (2012) como el conjunto de rasgos referenciales que acercan al individuo a una comunidad donde interactúa. Estas normas subjetivas conllevan al reconocimiento de individuos referentes que mediante sus acciones llevan a la creación de nuevos valores que luego tienen aceptación social. Siu y Lo (2013) detallaron que las normas subjetivas se pueden considerar como un factor muy fuerte para explicar las intenciones emprendedoras en culturas colectivistas, de ahí que en países donde existe una fuerte presencia de empresarios informales se podría esperar que se crean fuertes compromisos sociales entre ellos y sus clientes (Viswanathan et al., 2014) lo cual podría influir en el mantenimiento y estabilización de sus negocios. Benjamin y Mbaye (2014) encontraron evidencia de que aspectos subjetivos como redes étnicas y religiosas desempeñan un papel muy fundamental en las empresas informales que llega a ser más eficaz y potentes que las mismas instituciones formales u oficiales. De ahí que Liñán y Fayolle (2015) consideran que las instituciones informales son igual o más influyentes que las instituciones formales dado el peso de las variaciones culturales para cambiar las intenciones de los miembros.

## REFERENCIAS DEL CAPÍTULO

Ahmad, A. (2008). Dead Men Working: Time and Space in London's ('illegal') Migrant Economy. *Work, Employment and Society*, 22(2), 301–318.

Anderson, A., El Harbi, S., y Brahem, M. (2013). Enacting Entrepreneurship in 'Informal' Business. *Entrepreneurship and Innovation*, 14(3), 137-149.

Autio, E., y Fu, K. (2015). Economic and Political Institutions and Entry into Formal and Informal Entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 67-94.

Babbitt, L., Brown, D., y Mazaheri, N. (2015). Gender, Entrepreneurship, and the Formal-Informal Dilemma: Evidence from Indonesia [Género, Emprendimiento y el Dilema Formal-Informal: Evidencia de Indonesia]. *World Development*, 72, 163-174.

Benjamin, N., y Mbaye, A. (2014). Informality, Growth and Development in Africa. *WIDER Working Paper 2014/052*. Helsinki: UNU-WIDER. Recuperado de: <https://www.wider.unu.edu/publication/informality-growth-and-development-africa>

Bischoff, C., y Wood, G. (2013). Selective Informality: The Self-limiting Growth Choices of Small Businesses in South Africa. *International Labour Review*, 152 (3-4), 493-505.

Bruton, G., Filatotchev, I., Si, S., y Wright, M. (2013). Entrepreneurship and Strategy in Emerging Economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7(3), 169-180.

Carr, J., Cole, M., Ring, J. y Blettner, D. (2011). A Measure of Variations in Internal Social Capital among Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (6), 1207-1227.

Chen, M (2006). Rethinking the Informal Economy: Linkages with the Formal Economy and the Formal Regulatory Environment. En B. Guha-Khansnobis, R. Kanbur, & E. Ostrom (Eds.), *Linking the formal and informal economy (93-120)*. Oxford, England: Oxford University Press.

Chua, H. y Bedford, O. (2016). A Qualitative Exploration of Fear of Failure and Entrepreneurial Intent in Singapore. *Journal of Career Development*, 43(4), 319-334.

De Castro, J., Khavul, S., y Bruton, G. (2014). Shades of Grey: How do Informal Firms Navigate Between Macro and Meso Institutional Environments?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(1), 75-94.

De Soto, H. (2000). *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere else?*. New York, NY, Basic Book.

Dibben, P. y Williams, C. (2012). Varieties of Capitalism and Employment Relations: Informally Dominated Market Economies. *Industrial Relations: A Review of Economy & Society*, 51(1), 563-582.

Elgin, C., y Oztunali, O. (2014). Institutions, Informal Economy, and Economy Development. *Emerging Markets Finance and Trade*, 50(4), 145-162.

Estrin, S., y Mickiewicz, T. (2012). Shadow Economy and Entrepreneurial Entry. *Review of Developments Economics*, 16(4), 559-578.

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G., y Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387-414.

Husmanns, R. (2005). Measuring the Informal Economy: from employment in the informal sector to informal employment. Geneva: ILO Policy Integration Department/ Bureau of Statistics, Working Paper No. 53, ILO.

Irava, W., y Moores, K. (2010). Resources Supporting Entrepreneurial Orientation in Multigenerational Family Firms. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 2(3-4), 222-245.

Ketchen, D., Duane, R., y Webb, J. (2014). Toward a Research Agenda for the Informal Economy: A Survey of the *Strategic Entrepreneurship Journal's* Editorial Board. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 95-100.

Khan, A. y Quaddus, M. (2015). Examining the Influence of Business Environment on socio-economic Performance of Informal Microenterprises. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 35(3-4), 273 - 288.

Kickul, J., Liao, J., Gundry, L. y Iakovleva, T. (2010). Firm Resources, Opportunity Recognition, Entrepreneurial Orientation and Performance: The Case of Russian Women-led Family Businesses. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 12(1), 52-69.

La Porta, R., y Shleifer, A. (2014). Informality and Development. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 109-126.

León, M. (2016). Ecuador, 1990-2014: Crecimiento, Pobreza, Productividad y Cambio Estructural. En Reporte de Pobreza por Consumo Ecuador 2006-2014. Serie Estudios Temáticos-Inec. Recuperado de: <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/693841467993509355/pdf/104300-SPANISH-WP-P151521-PUBLIC.pdf>

Liñán, F., y Fayolle, A. (2015). A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.

Lumpkin, G. y Dess, G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

Morris, J. (2011). Socially Embedded Workers at the Nexus of Diverse Work in Russia: an Ethnography of Blue-collar Informalization. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 31(11-12). 619-631.

Nwabuzor, A. (2005). Corruption and development: new initiatives in economic openness and strengthened rule of law. *Journal of Business Ethics*, 59 (1-2), 121-138.

Neuwirth, R. (2011). *Stealth of nations: The global rise of the informal economy*. NewYork: Random House Digital, Inc.

Ojo, S., Nwankwo, S., y Gbadamosi, A (2013). Ethnic entrepreneurship: the myths of informal and illegal enterprises in the UK. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7-8), 587-611.

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2014). Evolución del Empleo Informal en Ecuador: 2009 – 2012. Recuperado de: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_245616.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_245616.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2013a). *Transitioning from the informal to the formal economy*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218128.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218128.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2013b). *La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_222986.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_222986.pdf). ISBN: 978-92-2-327389-7

Organización Internacional del Trabajo (2011). *Panorama Laboral 2011*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Lima. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_180288.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_180288.pdf)

Packard, G (2007). Do Workers in Chile Choose informal Employment? A Dynamic Analysis of Sector Choice. *World Bank Policy Research Paper No. 4232*. Washington, DC. World Bank.

Parra, L y Sepúlveda, M (2013). La empresariedad informal. En: Un análisis de la relación entre empresariedad informal y la diversificación productiva: América Latina en la última década. Ediciones EAN. Bogotá – Colombia. ISBN: 978-958-756-237-8.

Ranis, G., y Stewart, F. (1999). V-Goods and the Role of the Urban Informal Sector in Development. *Economic Development and Cultural Change*, 47(2), 259-288.

Rosenbusch, N., Rauch, A., y Bausch, A. (2013). The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation in the task Environment-performance Relationship a Meta-analysis. *Journal of Management*, 39(3), 633-659.

Schneider, F. (2012). The Shadow Economy and Work in the Shadow: What Do We (Not) Know?. *Discussion Paper Series No 6423*. Institute for the Study of Labour (IZA), Germany, March.

Schneider, F., Buehn, A. y Montenegro, C. (2010). Shadow economies all over the world. *Policy Research Working Paper No. 5356*. World Bank, Washington, DC.

Schneider, F y Enste, D. (2000). Shadow Economics: Size, Causes and Consequences. *Journal of Economic Literature*, 28, 77-114.

Siqueira, A., Webb, J., y Bruton, G. (2016). Informal entrepreneurship and industry conditions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 177-200.

Siu, W., y Lo, E., (2013). Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 147-173.

Slavnic, Z. (2010). Political economy of informalization. *European Societies*, 12(1), 3-23.

Slonimski, A., Slonimskaya, M., Linchevskaya, O., y Pobol, A. (2009). Transborder Co-Operation of Inhabitants and Entrepreneurs in Western Regions of Belarus. En *Between Europe and Russia: Problems of Development and Transborder Co-Operation in NorthEastern Borderland of the European Union*. Edited by Aranka Ignasiak-Szulc and Wojciech Kosiedowski. (249-262). Torun: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu M. Kopernika.

Taiwo, O. (2013). Employment choice and mobility in multi-sector labour markets: Theoretical model and evidence from Ghana. *International Labour Review*, 152(3-4), 469-492.

Viswanathan, M., Echambadi, R., Venugopal, S., y Sridharan, S. (2014). Subsistence Entrepreneurship, Value Creation, and Community Exchange Systems: A Social Capital Explanation. *Journal of Macromarketing*, 34(2), 213-226.

Webb, J., Duane, R., y Ketchen, D (2014). Toward a Greater Understanding of Entrepreneurship and Strategy in the Informal Economy. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 1-15.

Welter, F., Smallbone, D., y Pobol, A. (2015). Entrepreneurial activity in the informal economy: a missing piece of the entrepreneurship jigsaw puzzle. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(5-6), 292-306.

Williams, C., y Horodnic, I. (2017). Who Participates in Undeclared Work in the European Union? Toward a Reinforced Marginalization Perspective. *International Journal of Sociology*, 47(2), 99-115.

Williams, C., y Shahid, M. (2016). Informal Entrepreneurship and Institutional Theory: Explaining the Varying Degrees of (In)formalization of Entrepreneurs in Pakistan. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(1-2), 1-25.

Williams, C., y Lansky, M. (2013). Informal Employment in Developed and Developing Economies: Perspectives and Policy Responses. *International Labour Review*, 152(3-4), 355-380.

Williams, C., y Nadin, S. (2012). Tackling Entrepreneurship in the Informal Economy: Evaluating the Policy Options. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 1(2), 111-124.

Williams, C. (2009). Informal Entrepreneurship and Their Motives: A Gender Perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3), 219-225.

Williams, C., Round, J., y Rodgers, P. (2006). Beyond Necessity and Opportunity-Driven Entrepreneurship: Some Case Study Evidence from Ukraine. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 18(2), 22-34.

Williams, C., y Windebank, J. (1998) *Informal Employment in the Advanced Economies*. London: Routledge.



# CAPÍTULO 3

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

Las intenciones emprendedoras en el sector informal es un área de investigación que ha venido cobrando interés específicamente en países en desarrollo, debido a que una buena parte de las fuentes de generación de empleo provienen de actividades informales (Williams, Martínez-Pérez y Keddar, 2016). Existe una gran expectativa por comprender las razones para iniciar emprendimientos en la informalidad y su mantenimiento en el tiempo. Las investigaciones iniciales sobre las intenciones emprendedoras en el sector informal estuvieron dedicadas a conocer los antecedentes y características de las personas que las iniciaban. Una segunda ola de investigación en informalidad se centró en el reconocimiento de los problemas que atraviesan esas organizaciones y qué acciones de política pública se debían poner en marcha para lograr que las unidades informales se formalicen. El supuesto que estaba entre líneas en esta segunda ola era que, con la creación de estímulos apropiados, quienes tenían firmas informales podían optar por convertir sus organizaciones a la formalidad y de esa manera reducir su tamaño. No obstante, autores como Siqueira, Webb y Bruton (2016) y La Porta y Shleifer (2014) demostraron que en la mayoría de los casos quienes iniciaban actividades empresariales en la informalidad no les interesaba convertirse a la formalidad, y que por tanto era necesario explorar a mayor profundidad los motivos atrás de la decisión de mantenerse en la informalidad.

Metodológicamente las investigaciones previas se han desarrollado en su mayoría desde un enfoque cualitativo, basado en entrevistas y en estudios de caso; son fundamentalmente descriptivas y utilizaron muestras de propósito debido a la falta de un registro completo de empresas y personas que operan en el sector informal. Por otra parte, estos trabajos frecuentemente no estaban vinculados a una

teoría base; no obstante, esos estudios han permitido recopilar lo que se sabe hasta ahora del emprendimiento en la informalidad y sus teorías en desarrollo.

El presente capítulo presenta la literatura existente sobre las intenciones emprendedoras en el sector informal. Se ha organizado la exposición desde aspectos generales hacia aspectos específicos. En primer lugar, se presenta la literatura sobre intenciones emprendedoras y en particular el uso de la teoría del comportamiento planificado para explicar cómo surge la iniciativa emprendedora, se presenta la excepción que los autores han puesto sobre las normas subjetivas o sociales en la formación de intenciones emprendedoras. Luego, se revisa la literatura relacionada específicamente al emprendimiento en el sector informal, y la importancia de esta sub clasificación en el constructo intenciones emprendedoras y los principales resultados de esas investigaciones en el ámbito internacional. Finalmente se revisa el papel de las normas subjetivas como mecanismo de creación de legitimidad social y la importancia de este factor mediador en la formación de intenciones emprendedoras en la informalidad.

### 3.1 INTENCIONES EMPRESARIALES

El espíritu empresarial ha sido señalado como el factor clave para lograr el desarrollo económico de las naciones. Tradicionalmente quienes formulan política económica tratan de tomar medidas que fomenten ese espíritu, la creación de nuevas empresas permite generar fuentes de trabajo que dan dignidad e integran económicamente a la sociedad con el desarrollo. Uddin y Bose (2012) definieron a las intenciones empresariales como el deseo y compromiso de una persona para iniciar un nuevo negocio. Los nuevos empresarios eligen ese estilo de vida dado que tienen fuentes de inspiración que sirven como modelos a seguir, en la medida que estas personas encuentren los modelos apropiados, la probabilidad de iniciar una carrera empresarial se eleva.

El estudio de las intenciones como ejes centrales del comportamiento humano fue propuesto inicialmente por Ajzen (1991) en la teoría de comportamiento planificado (TPB). Se dice que un comportamiento es planificado cuando sigue un proceso cognitivo interno en el cual se evalúa la factibilidad de desarrollar una serie de acciones que conduzcan a un resultado deseado, en la medida que se perciba una reacción social favorable o el individuo sienta que tiene control sobre

las variables que pueden afectar su decisión este llevará a la realidad su intención. Fini et al (2012) especificaron que el emprendimiento se puede modelar bajo la TPB debido a que la intencionalidad de crear una empresa sigue un proceso cognitivo mediante el cual el emprendedor evalúa características individuales y contextuales sobre las ventajas y desventajas de llevar a la práctica su comportamiento, si este percibe que tiene dominio o al menos son manejables las desventajas de la cultura emprendedora entonces optará por convertir su intención en acción. Schlaegel y Koenig (2014) explicaron que la modelación de las intenciones empresariales con TPB es fundamental para comprender el proceso de creación de empresas dado que los individuos despliegan un proceso de planificación cuidadosa del cómo desarrollar la conducta empresarial a través de la creación o explotación de oportunidades de mercado.

Una vez que el emprendedor considera que es posible desarrollar la acción, este desarrolla una relación de compromiso con el emprendimiento y buscará lograr desarrollar y explotar sus capacidades para lograr el éxito. Una característica fundamental de las intenciones emprendedoras es que estas se sustentan sobre las habilidades, conocimientos, creatividad, detección de oportunidades del emprendedor, y su curso de acción se basan en la intuición y heurística. Shinnar, Giacomini y Jansen (2012) indicaron que un papel principal juega la cultura en la formación de intenciones empresariales dado que las percepciones individuales que se tienen sobre las barreras al espíritu empresarial pueden significar distintos desenlaces en la creación de empresas. El impacto principal de la cultura en las intenciones empresariales es que estas crean un mapa perceptual de que trabajo es apropiado o inapropiado para el gestor y eso a su vez va a determinar su nivel de compromiso con la idea empresarial.

McCaffrey (2013) explicó que los incentivos empresariales se refieren a la capacidad de los individuos para moverse de un estado pasivo a un estado de alerta ese cambio es fundamental para poder descubrir y evaluar oportunidades que son ocultas para el resto y que debe ser capaz de capturar antes que otros, el cambio de estado se logra sin la necesidad de poseer conocimientos o rasgos especializados y sin tener que hacer mayor búsqueda. Este autor también establece una diferenciación entre los incentivos empresariales e incentivos ordinarios, estos últimos se relacionan más a elecciones basadas en la búsqueda de maximización

de la utilidad marginal y por tanto tiene restricciones naturales en relaciones de escasez y costo; algo llamativo de los incentivos ordinarios es que pueden someterse a un principio de maximización dado que se sustentan en oportunidades que ya han sido percibidas previamente por el individuo y por tanto puede construir estimaciones de utilidad. Las intenciones empresariales son lo opuesto debido a que su formación y elección se sustenta sobre condiciones desconocidas y no percibidas anteriormente pero que se modelan, valoran y formulan y conducen a una elección basadas en rendimientos esperados y no coste de oportunidad.

La respuesta proactiva ante condiciones inciertas suele ser dirigida por un factor formal como la educación y otro informal como la autoestima. Laguna (2013) efectuó un estudio sobre 332 personas desempleadas que estuvieron en promedio 23,5 meses sin trabajar y que fueron sometidas a un programa de entrenamiento para el desarrollo de iniciativa empresarial, su participación en el estudio fue voluntaria. La autoestima en este estudio fue definida como la actitud positiva o negativa que se tiene para con uno mismo los que se basan en juicios de valor y no en juicios objetivos sobre las capacidades personales; las personas con niveles más altos de autoestima suelen ser persistentes y por tanto más eficaces en lo que tiene que ver con la conducción y regulación de una conducta con miras a que esta logre los resultados esperados. En el contexto empresarial, una mayor autoestima conduce a un mayor compromiso del emprendedor con su idea y por tanto se alinearán a todo lo que tenga que hacer para que la misma tenga éxito. El estudio demostró que la autoestima por si sola tiende un impacto directo sobre las intenciones emprendedoras, pero además también mostró que si existe formación tendiente a dotar de habilidades personales esto tiende a elevar la autoestima y a contribuir de forma más eficaz con la disposición del emprendedor a comprometerse con su tarea de creación de empresa.

Pese a que la educación otorga fundamentos técnicos suficientes para el manejo de situaciones inciertas, es importante diferencial la educación general de la educación empresarial (Clercq, Honig y Martin, 2013); mientras la educación general dota de habilidades directivos y competencias profesionales para ejercer una actividad, la educación empresarial se basa en la preparación formal de un individuo para desarrollar habilidades de creatividad y disrupción para anticiparse a las dinámicas de mercado. Bae et al. (2014) efectuaron un metaanálisis sobre 73

estudios previos donde se trabajaba abiertamente con la hipótesis de la formación pedagógica en actitudes y capacidades empresariales suelen ser determinantes para la formación de intenciones que desemboquen en la acción de crear una empresa real. La principal manifestación de la educación empresarial suele ser la autoeficacia empresarial, la cual se refiere a la creencia individual de poseer capacidad para realizar diversas funciones y tareas en la actividad empresarial con relativo éxito; esta visión positiva se suele reforzar con la exposición del estudiante a ejemplos de éxito en la planificación de negocios o el relacionamiento con profesionales de éxito, los cuales los mantienen motivados y con altas expectativas de éxito.

Los autores encontraron soporte a su hipótesis de relevancia en la educación empresarial para la formación de intenciones que desembocan en la creación de nuevas empresas. Slavtchev, Laspita y Patzelt (2012) especificaron que la educación empresarial se diferencia de la educación de negocios en el enfoque cognitivo, mientras el primero conduce al desarrollo de habilidades de formación de empresas mientras que el segundo predispone al estudiante a tener como alternativa al emprendimiento la búsqueda de empleo en negocios establecidos. De ahí que una sólida educación empresarial puede derivar en que los individuos desarrollen mayor predisposición a crear empresas, la clave está en añadir valor a los programas diseñados para la formación antes que crear programas de educación continua sobre los programas ya existentes dado que esto último no tiende a añadir mayor intencionalidad y por tanto políticas públicas tendientes a elevar la empresarialidad con esas estrategias no tendría resultados significativos.

Otros aspectos críticos relacionados con las intenciones empresariales son las dimensiones de la personalidad tales como: autoeficacia, necesidad de logro y orientación empresarial. Frese y Gielnik (2014) efectuaron un metaanálisis de 23 años de trabajos relacionados con las dimensiones de personalidad y su influencia en las intenciones emprendedoras, encontrando que en la mayoría de los trabajos se ha obtenido evidencia favorable sobre aspectos cognitivos y de comportamiento que fomentan la alerta empresarial. Los aspectos cognitivos detrás de la intención empresarial son los que conducen a los emprendedores a adoptar formas de pensamiento nuevas e inusuales que son las que les permiten luego generar disrupción en el mercado. Sin embargo, para lograr resultados eficaces en

la disrupción es importante el papel de orientación empresarial del individuo pues esta le permite la adopción de posiciones estratégicas que de forma escalonada le permita enfrentarse a los riesgos del entorno y responder de la mejor manera a partir de su conocimiento y experiencia personal.

Si bien los atributos personales pueden presentar rasgos importantes que permitan definir las intenciones empresariales de los individuos, estos se pueden ver influenciado por atributos contextuales y las relaciones evolutivas entre ambos atributos, lo cual permite entender al comportamiento y el proceso de cognición desde un enfoque adaptativo; donde las intenciones siguen un proceso morfológico de biología evolutiva hasta que se transmiten en acciones concretas que son susceptible de mejora en el tiempo dada la incorporación de nueva información individual o del contexto. La versión ampliada de ese enfoque evolutivo es desarrollada en la *Relational Developmental Systems Theory* (RDST) [Teoría de los Sistemas de Desarrollo Relacional] propuesta por Overton y Lerner (2012). La aplicación de la RDST en el estudio de las intenciones empresariales tiene sentido debido a que la conducta empresarial es sujeta a modificación dependiendo de los elementos del contexto que puedan desviar su formulación y por otra parte se ven afectadas por las características de las relaciones del individuo con el contexto, particularmente si el individuo tiene exposición a casos empresariales dentro de su grupo familiar más cercano.

Geldhof et al. (2014) efectuaron un estudio aplicando la RDST en la detección de las intenciones emprendedoras en 3461 estudiantes de colegios y universidades de Estados Unidos, la razón para tomar un grupo muestral relativamente joven es para comprobar el enfoque adaptativo de esa teoría, tomando en cuenta que a edades tempranas los individuos suelen tener mucha dependencia sobre terceros en el desarrollo de sus actividades y por tanto deben de diseñar cursos de acción alternativos para poder alcanzar sus objetivos enmarcándose en los principios y valores que toman de las personas y contextos de referencia. Los autores encontraron evidencia favorable para el modelado con RDST para las intenciones empresariales, específicamente en los casos donde los jóvenes provenían de un hogar con alguno de los padres con experiencia empresarial previa o que sean actualmente empresarios y en la situación donde los jóvenes debían de efectuar ciertos cambios en sus sistemas de relaciones internas y externas para adaptarse

a cambios percibidos en el entorno. Los autores culminan que para desarrollar la capacidad empresarial en la juventud es importante formar en competencias empresariales en edades tempranas para lograr que la iniciativa empresarial de ellos no sólo que surja del contexto o de influencia de otras personas, sino que se vuelva en una elección responsable y como alternativa opuesta a buscar empleo.

Los atributos, los rasgos y las redes de desarrollo suelen ser variables muy usuales en el análisis de las intenciones emprendedoras, pero describen poco la autoidentidad del emprendedor, es decir, la percepción subjetiva que tienen cada persona sobre la pertinencia de sus atributos para el desarrollo de una acción concreta. Burke y Reitzes (1981) especificaron que la autoidentidad dispone de categorías que están ligadas al rol que desempeña el individuo en un momento dado, dotando así de los elementos fundamentales de confianza y seguridad que necesita en el curso de las múltiples interacciones que desarrolla, como mostraba por ejemplo el modelo RDST. Obschonka et al (2015) desarrollaron un trabajo para validar la relación de la autoidentidad con las intenciones empresariales medidas a través del modelo TPB. Este vínculo vendría dado porque las personas tienden a comportarse de acuerdo con la confianza y seguridad que sienta en sus actos, a partir de los valores y habilidades que cree consistente para formar la intención y luego la acción. Los resultados que obtuvieron los autores es que la autoidentidad tiene una influencia positiva directa con las intenciones empresariales debido a que se relaciona con la formación de los factores motivacionales, así como las actitudes, las normas sociales y el control percibido. Una relación digna de destacar entre la auto identidad y los constructos que forman TPB es el vínculo con las normas sociales; parece que los individuos suelen estar más dispuestos a manejar la presión social tras la idea del negocio como un valor agregado para mantener su compromiso personal con los riesgos inherentes a la creación del nuevo negocio. Una característica de la autoidentidad que los autores exponen es que la misma tiende a evolucionar y mejorar a medida que el individuo avanza en su formación personal, así como en su inclusión en procesos mayores de socialización a medida que va desarrollando muchas más actividades empresariales durante su curso de vida, en otras palabras, la autoidentidad puede definir la perspectiva de ciclo de vida de la mentalidad empresarial de los individuos.

Dado que los programas de educación empresarial suelen ser un mecanismo fundamental para cultivar conocimiento útil para crear empresas, gestionar riesgo y

mejorar el concepto propio sobre las capacidades para gestionar empresas; Falloye y Gailly (2015) efectuaron un estudio en el cual buscaban determinar la eficacia de un programa de ese tipo con características de obligatoriedad y con un enfoque temporal de corto plazo y su impacto en las intenciones emprendedoras. La eficacia de un programa de formación se mide evaluando el grado de satisfacción de los estudiantes; las habilidades técnicas adquiridas en el mismo; los cambios conductuales que provocan los nuevos conocimientos en los estudiantes, es decir, la capacidad que tienen para transferir a la realidad sus habilidades y; los resultados de la aplicación en términos de ratios de actividad, rendimiento o productividad. El estudio se aplicó a 239 estudiantes de Estados Unidos y encontró que en primera instancia los programas de educación empresarial no suelen tener efectos significativos sobre la intencionalidad empresarial, sin embargo, esto solamente ocurre cuando la formación consiste en enseñanza obligatoria; los resultados son distintos cuando se hace referencia a estudiantes con débil o inexistente exposición anterior a la formación a experiencias empresariales o cuando quienes toman la formación lo hacen de manera voluntaria.

El enfoque de género suele ser un constructo importante para medir la intención de emprender debido a que hombres y mujeres suelen tener distinta tolerancia al riesgo, lo cual incide en su preferencia o aversión a efectuar acciones que puedan comprometer su zona de estabilidad. Dawson y Henley (2015) efectuaron un estudio sobre 628 estudiantes de siete universidades europeas para relacionar formación académica, antecedentes empresariales y experiencia propia; la cual se media con el nivel de educación empresarial y la participación en actividades informales de emprendimiento. Estas variables se relacionaron con el género y la probabilidad de iniciar un nuevo negocio, los resultados de los autores sugieren que existe una fuerte asociación entre la intención emprendedora, el género y la actitud frente al riesgo; sin embargo, no proveen una amplia explicación del porqué esto ocurre así. En la revisión de la literatura de su trabajo (Ibíd.) hacen algunos aportes causales con respecto a esa explicación como por ejemplo el papel del rol social que cumple cada género y por tanto las mujeres deben de centrarse más en aspectos de cuidado familiar que en iniciativa empresarial. Otro aspecto que podría considerarse es lo evidenciado por DiMauro y Musumeci (2011), en el sentido de que las mujeres suelen tener una mayor aversión al riesgo financiero que los



hombres, de ahí que una aventura empresarial puede significar un alto coste para las mujeres empresariales. Por otra parte, parece ser que los hombres suelen tener mayor exposición a experiencias cercanas de éxito empresarial que las mujeres y por tanto ellos tienden a desarrollar mayor intencionalidad empresarial.

Otro aspecto estudiado en la determinación de la formación de intenciones empresariales son los factores de la personalidad, en especial el enfoque de los *cinco grandes* propuestos por Goldberg (1990); los mismos que se refieren a rasgos de la personalidad que definen las necesidades psicológicas de los individuos, la exteriorización de sus intenciones de logro y las acciones que desarrollan con el objetivo de alcanzar esas necesidades. Antoncic et al. (2015) efectuaron un estudio en Eslovenia donde sometieron a prueba la relación de los cinco grandes con la intencionalidad emprendedora, estos autores encontraron evidencia consistente del modelo de Goldberg para describir la manifestación del espíritu empresarial; sin embargo, detectaron que el rasgo que más influencia la iniciativa empresarial es la apertura, es decir, la capacidad que tiene el individuo para ser creativo y por tanto desarrollar mayor sensibilidad y predisposición para percibir y actuar ante señales de su entorno que sugieran la posibilidad de explotar oportunidades de negocios antes que otros.

Los alcances de ese hallazgo son amplios, si bien es cierto la creatividad permite anticiparse a otros ante oportunidades de negocio también puede influir la elección individual de hacer las cosas a su manera, lo que implicaría la no observación inicial de normas, políticas o procedimientos que no permitan el desarrollo completo de su negocio o que se vuelvan limitantes a su capacidad creadora. Los siguientes rasgos que recibieron alta relación fueron la extroversión y la poca agradabilidad, lo cual tiene consistencia con la intención empresarial dado que los individuos deben ser capaces de forjar relaciones con otras personas para asegurar el crecimiento y supervivencia de su proyecto empresarial y por otro lado deben de desarrollar una conducta de tolerancia cero al error pues tener una visión relajada o agradable también puede incidir sobre el funcionamiento de su negocio.

Si bien es cierto la explicación de las intenciones emprendedoras han recibido un rotundo apoyo desde la influencia de variables como los cinco grandes, tomar estudios empresariales o la caracterización moderadora del género, Van Burg y Romme (2014) indicaron que estos estudios son muy reducidos en lo que respecta

a la generalización de sus resultados debido a que no abordan el papel de los mecanismos sociales en la formación de intenciones. Ellos definieron al mecanismo social con un enfoque de estudio basado en el contexto institucional y la forma como este afecta el conocimiento y experiencia del empresario para identificar y explotar oportunidades, por otra parte, los mecanismos sociales muestran cómo crear legitimidad en las iniciativas empresariales y como la construcción de redes sociales pueden ser determinantes para el éxito empresarial y el detonador para que los individuos se vean tentados a crear empresas.

Entornos donde existe peligro debido a que se vive en tensión constante como guerras étnicas o guerras civiles pueden tener impacto relevante sobre la formación de intenciones empresariales. Bullough, Renko y Myatt (2014) efectuaron un estudio en Afganistán en el que buscaban probar como el peligro percibido, la autoeficacia empresarial y la resiliencia influyen en las intenciones emprendedoras. Abordaron el problema desde la teoría cognitiva social expuesta por Bandura (1986) y la cual se refiere al impacto que tienen eventos ambientales, factores personales y comportamientos individuales sobre las acciones que efectúan los individuos; una característica fundamental de esa teoría es que la resiliencia es un factor fundamental para que los individuos persistan en el logro de sus objetivos y la autoeficacia modera la capacidad para manejar situaciones de estrés de forma apropiada. Dada las condiciones de violencia conocidas en Afganistán, los resultados obtenidos demostraron que en efecto las intenciones emprendedoras están relacionadas negativamente con entornos hostiles; así mismo, se encontró que la resiliencia tiene un efecto positivo inmediato y directo sobre las intenciones empresariales debido a que los individuos buscan mejorar su estilo de vida ante condiciones adversas y por tanto se comprometen con sus acciones para desarrollar negocios.

Otros aspectos institucionales que se pueden tomar en cuenta en el estudio de las intenciones empresariales es analizar su diferencia tomando como punto de partida el nivel de desarrollo económico de los países; esto debido a que las diferencias socioculturales y político-institucionales puede tener diferencias significativas con respecto a las actitudes e intenciones empresariales. Karimi et al (2014) efectuaron un estudio para medir como las características de personalidad y los factores contextuales impactan sobre las intenciones emprendedoras en

un país en desarrollo como Irán, el estudio fue aplicado a una muestra de 400 estudiantes de programas de licenciatura y maestría en ciencias y que habían participado en cursos de educación empresarial. Los autores encontraron que la percepción contextual es un factor significativo para crear un mayor sentido de confianza y de esa manera influenciar positivamente en la intencionalidad empresarial, lo cual deriva que el emprendedor se sienta motivado a iniciar y gestionar una nueva empresa. Sin embargo, una característica fundamental que recogen los autores es que los factores contextuales influyen en dos tramos en la empresarialidad; primero predisponen al emprendedor a percibir mayor confianza para su idea empresarial y luego influyen en una etapa posterior a desarrollar la conducta de creación de empresa si el apoyo percibido se hace tangible y se actualizan las decisiones estratégicas vinculadas a la gestión empresarial cuando el negocio se pone en marcha.

Sin embargo, basar el estudio de la empresarialidad en modelos positivos consistiría en reducir el éxito de la intencionalidad a una receta y no a un intento, que es lo que realmente representa. Chen, Ding y Li (2016) estudiaron el papel de los modelos negativos en la elección de la carrera empresarial, es decir, cómo se altera la elección de iniciar una empresa cuando el emprendedor es expuesto a historias de fracaso empresarial. Los autores efectuaron tres estudios donde empleaban dos grupos de muestra al que denominaron condición experimental y condición de control. En el primer grupo se registraban grupos de estudiantes que se sometían a historias de fracaso empresarial mientras que en el segundo grupo se incluían estudiantes a los que se los exponía a historias neutras de emprendimiento, al final a ambos grupos se les evaluaba su predisposición a crear empresas. Ambos grupos provenían de una universidad pública de China, los resultados que encontraron fueron: (a) la presencia de modelos negativos no disminuye la predisposición a iniciar nuevos negocios, a menos que el emprendedor tenga una autoestima baja; (b) la preferencia para iniciar negocios propios es mayor cuando el emprendedor tiene una autoestima alta; y (c) cuando existen efectos externos que alteran el autoestima baja y la elevan, el emprendedor mantiene su comportamiento aun cuando sea expuesto a modelos negativos.

Como se puede apreciar, las actividades empresariales no implican el desarrollo de una sola acción, una única visión o el esfuerzo de una sola persona;

esto debido a que el proceso de creación de empresas implica la aplicación de complejos mecanismos cognitivos y conductuales que los empresarios usan para reconocer, evaluar y explotar las oportunidades que se generan en los mercados. De ahí que, pese a que se han hecho avances importantes en la explicación del comportamiento emprendedor, persisten vacíos en la explicación de cómo ellos pueden elegir desarrollar una actividad donde lo que predomina es la incertidumbre y cómo esa incertidumbre representa una influencia más en el desarrollo de los fundamentos cognitivos necesarios para desplegar las capacidades necesarias que lleven a buen término el proyecto empresarial.

Pryor et al. (2015) desarrollaron un trabajo de investigación para determinar por qué los procesos de emprendimiento no siguen una trayectoria constante y predeterminado en la creación de empresa, así también como explicar que el comportamiento empresarial no tiene un patrón estandarizado y por tanto los emprendedores deben de explorar sus habilidades por varias rutas contextuales para lograr el máximo aprovechamiento de las oportunidades; explicaron que tras la intención emprendedora existen dos nociones que trabajan sobre la conducta del emprendedor, definieron a la primera como *conceptualización de la oportunidad*; la misma que se refiere a la forma como los empresarios detectan las necesidades no satisfechas del mercado y que pueda explotar. La segunda noción la definen como *conceptualización de la solución*; la cual se refiere al conjunto de actividades de riesgo que deben ser trazadas por el emprendedor para poder solventar las necesidades no satisfechas, la característica fundamental de la solución es que agregue valor a los consumidores para de esa forma asegurar la sostenibilidad de la idea de negocios.

Por otra parte, ambos mecanismos de acción de la iniciativa empresarial están modelados por la estructura social a la que pertenece el emprendedor la cual imprime la orientación y sentido de reacción que le da a la conceptualización de la oportunidad y a la de la solución, esto le permite desenvolverse en un ambiente de aceptación de la sociedad. El curso de acción que imprime la estructura social les otorga a los empresarios un guion sobre la forma como satisfacen las necesidades de los demás, para lo cual construyen redes sociales que les dote de toda la información necesaria para interpretar apropiadamente los contextos y el ajuste que deberán dar a sus soluciones para que estas sean aceptadas por el mercado.

De ahí que el éxito empresarial se basa en la capacidad que debe desarrollar el emprendedor para: (a) comprender las necesidades del mercado; (b) diseñar una red social que comparta las mismas normas, reglas y valores; (c) ajustar sus ideas previas a la red; y (d) concentrar su esfuerzo en la creación de valor. La mezcla de estos factores reproduce un modelo positivo de negocios que puede servir de base para que otros se integren en la creación de empresas.

Una forma de manifestación de la estructura social son los valores culturales de quienes deciden por incursionar en actividades empresariales; los valores culturales, según Holmes et al (2013), son considerados como instituciones informales dado que su significado es compartido y entendido de forma colectiva aunque su significancia no esté respaldado en normas debidamente documentadas, por tanto reflejan un producto construido desde la cohesión y la coordinación entre los individuos que conforman un colectivo. Los valores culturales cumplen un rol de orientación del comportamiento; por tanto, es de esperar que cualquier tipo de conducta humana, en su manifestación de intención se verá afectada por las variaciones culturales, evidentemente la conducta emprendedora está también influenciada por esa variable.

Hechavarría et al. (2016) efectuaron un trabajo en el que analizaron si los valores culturales, entendidos como institución informal tiene alguna relación con las tasas de emprendimiento comercial y emprendimiento social. La segmentación de la iniciativa emprendedora en social y comercial obedece a que existen organizaciones cuya formación no sólo busca la captura de beneficios monetarios; por otra parte los autores relación la actualización en valores culturales dependiendo de la modernización de la sociedad, de esa manera cuando la sociedad se moderniza; los valores tienen a ser materialistas mientras que cuando la sociedad se mueve hacia la posmodernidad entonces surgen valores que dan paso a la empresa social. Los autores encontraron que los valores culturales tienen un marcado efecto sobre la iniciativa empresarial, sin embargo, esos efectos son diferentes cuando se evalúan las intenciones tras la empresa comercial y la social.

Se distinguen dos grupos de valores culturales: tradicionales y seculares-racionales. Las sociedades con arraigo en lo tradicional dan prioridad a aspectos como la religión, lazos de parentesco, la familia y el respeto a la autoridad; la prioridad de esos grupos es fomentar el desarrollo colectivo pues eso tiende a

resolver los problemas nacionales. Las sociedades con arraigo secular-racional están del lado opuesto, su orientación es individualista y por tanto la autosuficiencia es considerada un derecho para la solución de problemas nacionales. Teniendo en cuenta esos elementos, se concluye que si una sociedad es dominada por valores tradicionales entonces las intenciones empresariales se materializarán en empresas sociales mientras que, si el dominio son los valores seculares-rationales, entonces la intención se materializará en empresas comerciales.

La introducción de valores culturales en las intenciones empresariales tiene su razón en los aspectos institucionales que estimulan la creación de empresas aun cuando una porción de esos aspectos es generada por la tradición y el arraigo hay otros que surgen de la acción de los gobiernos tales como el fomento de la libertad económica, los cuales pueden conducir al desarrollo de nuevas iniciativas empresariales. Angulo, Pérez y Abad (2017) efectuaron un estudio de datos de panel a los países miembros de la OCDE durante el período 2001 a 2012 y encontraron que introducir mayor libertad económica en los países fomenta al emprendimiento por oportunidad en detrimento del surgido por la necesidad dado que dota de mayor legalidad judicial a las actividades empresariales, introduciendo regulaciones flexibles al crédito y al trabajo las cuales suelen ser los factores más rígidos a la hora de iniciar nuevas empresas. Por otra parte, la liberalización del comercio internacional en los países permite proporcionar de estímulos para que empresas extranjeras puedan venir a invertir dadas las condiciones de calidad e integridad del sistema legal y protección de los derechos de propiedad.

Pese a que estos resultados pueden sugerir evidencia concluyente para definir al emprendimiento por oportunidad como único válido para el desarrollo económico es importante destacar que esa posición concluyente es posible adoptarla en países que tienen un determinado nivel de desarrollo económico previo y donde características culturales configuran un perfil individualista de la sociedad y con arraigos seculares-rationales; en países con un menor nivel de desarrollo esta evidencia no puede considerarse como argumento para dar paso a liberalizaciones que no se conjugan con la cultura colectivista-tradicional. Dado que la intención empresarial es afectada por elementos internos y del contexto, los cuales posteriormente se materializan en una acción empresarial es importante el estudio de los descriptores del intento estudiados en este apartado para poder explicar

la conducta empresarial en la informalidad, la cual desde el punto de vista teórico tiene fuerte vinculación con el contexto y las instituciones normativas no legales que tienden a configurar el comportamiento de los empresarios de este sector.

### 3.2 EMPRENDIMIENTO INFORMAL

Kuznetsova (1998) definió al emprendimiento informal como la voluntad de creación de unidades de producción a pequeña escala de bienes y servicios cuyo propósito es la generación de ingresos y empleo para la persona que la inicia. Se caracteriza por poseer bajos niveles de organización, relaciones laborales fuera del marco legal y poca división entre el capital y la mano de obra como factores de producción, donde su núcleo de sostenimiento no es el producto en sí sino la construcción de relaciones de apoyo mutuo. Esta primera aproximación a las empresas informales llevo durante muchos años a posicionar a la economía informal como un elemento residual de la economía y que la única manera de resolver su creación y mantenimiento era a partir de incentivos que lleven a que quienes la crean resuelvan sus necesidades de empleo en la formalidad y que quienes se ofrecían como mano de obra traten de especializarse más para lograr una mejor ocupación en la formalidad.

Mapp y Moore (2015) agregaron a esta definición inicial la característica de evitar los costos asociados con la economía formal: licencias, contratos laborales e impuestos. Estos autores especificaron que, si bien las empresas informales no realizan transacciones ilegales, han decidido no formalizar por temas de marginalidad social, regulación estatal y tamaño de firma. No obstante, quedaba la duda si en efecto los emprendedores informales son residuales y orientaban su accionar por temas coyunturales. Williams (2015a) especificó que el espíritu empresarial informal se puede definir desde las unidades de producción como desde las unidades de análisis. En el primer caso se refiere a empresas que no se encuentran registradas bajo ciertas formas de legislación nacional como “leyes de actividad económica, leyes fiscales, seguridad social, actos reglamentarios de grupos profesionales” (p.193); además se considera que la obtención de licencia comercial o permiso de operación requeridas por una autoridad de la localidad donde opera la empresa, no basta para considerar a dicho negocio como formal dado que eso implica el cumplimiento de mínimos para poder lograr la explotación de la actividad empresarial

pero no un registro completo, esto siguiendo las disposiciones establecida en la Décimo Séptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, *CIET* (OIT, 2003). La CIET del 2003 especificó seis categorías de trabajo en el sector informal:

“(a) trabajadores por cuenta propia dueños de sus propias empresas; (b) empleadores dueños de sus propias empresas; (c) trabajadores familiares auxiliares, independientemente de si trabajan en empresas del sector formal o informal; (d) miembros de cooperativas de productores informales; (e) asalariados que tienen empleos informales en empresas del sector formal, informal o por hogares que los emplean como trabajadores domésticos asalariados y (f) trabajadores por cuenta propia que producen bienes exclusivamente para el propio uso final de su hogar” (p. 15).

Para efectos de este trabajo se consideran como empresarios informales a los que corresponden a las categorías (a) y (b), dado que según las disposiciones de la OIT (2012), sólo a esas categorías corresponde la explotación privada de una situación de mercado mediante una empresa.

Cuando en 1999 surgió la encuesta GEM sus creadores se propusieron en sintetizar los factores de iniciación de un negocio en el dualismo: oportunidad y necesidad. Desde esa época hasta la actualidad prácticamente se ha generalizado la aceptación de que el emprendimiento en la formalidad es más deseable que en la informalidad (Minniti, Bygrave y Autio, 2006) dado que a esta última se la asocia con la necesidad y por tanto no es estable; de ahí que Gerxhani (2004) indicó que había que concentrar esfuerzos para con política de incentivos o coercitiva evitar la formación de emprendimiento en la informalidad por no ser sostenibles en el tiempo. Aidis et al., (2006) criticó ese dualismo y demostró que al menos en economías en transición como Ucrania, Rusia y Moldavia ese enfoque es muy limitado debido a que la necesidad y oportunidad no son excluyentes y suelen cambiar con el tiempo. Ellos propusieron que una mejor forma para estudiar el emprendimiento es describir los iniciadores como factores de atracción y factores de empuje. En el primer grupo se encuentran rasgos como el deseo de independencia, o el deseo de un negocio propio, etc., mientras que en el segundo grupo los rasgos son estar desempleado, búsqueda de más ingresos, entre otros. Williams, Rounds y Rogers (2006) trabajaron con ese nuevo marco de evaluación del emprendimiento, concentrándose en el segmento informal y encontraron evidencia concluyente de que quienes inician empresas en la informalidad no son motivados exclusivamente



por la necesidad, pero que era necesario explorar con mayor profundidad sobre las motivaciones de las personas para trabajar en la informalidad, aun sabiendo que en la formalidad podrían tener mejores beneficios.

Short et al., (2010) exploraron si el concepto de oportunidad sólo puede aplicarse a iniciativas empresariales en la formalidad y encontraron que el mismo no es un término sesgado, es neutro, debido a que la oportunidad es lo que hace que una persona explote su espíritu empresarial desarrollando formas creativas que le permitan acaparar ese espacio. Por otro lado, encontraron que en ausencia de oportunidad las actividades empresariales no pueden existir. Crearon el concepto de justicia social para explicar cómo la ausencia de la misma es la oportunidad que explotan las empresas informales para iniciar actividades, esto debido a que las empresas informales operan con bienes y servicios que son legítimos y trabajan sobre una institucionalidad basada en normas, valores y creencias que son la legitimidad de ese sector. Sin embargo, dejaron como línea abierta las motivaciones individuales, pues consideraron que ese sería un mecanismo importante para construir procesos cognitivos que les permita a los empresarios informales reconocer oportunidades de forma sistemática.

Williams y Nadin (2011) indicaron que se ha intentado explicar los incentivos de los empresarios para participar en el sector informal, históricamente se han empleado cuatro enfoques: (a) dualista, el cual percibe al sector informal como residual y que se genera como resultado de las variaciones cíclicas de la economía; (b) estructuralista, que postula que los empresarios informales son un resultado del efecto expulsión del mercado de trabajo debido a que estos tienen una baja cualificación para laboral en el sector formal y por tanto para poder subsistir necesitan trabajar en algo; (c) legalista o neoliberal, el cual supone que quienes emprenden en la informalidad lo hacen como resultado de búsqueda de equidad fiscal, es decir, perciben que los impuestos que pagarían en el sector formal no son justos dada la calidad institucional de los servicios que percibe de la autoridad gubernamental; y (d) voluntarista, propone que los empresarios informales optan por trabajar así como un esfuerzo racional por evitar el pago de los altos costos de la formalidad.

Carsrud y Brännback (2011) explicaron que la motivación es aquello que impulsa a los individuos a desarrollar un determinado comportamiento para alcanzar

sus objetivos. La representación de los objetivos personales es fundamental pues es la representación mental de hacia donde se quiere llegar y eso estimula a las personas a no darse por vencido y mantenerse en acción. Esa motivación es la que configura la intención y no es otra cosa que la respuesta adaptativa de las personas a situaciones cambiantes. En el campo de la gestión, la intención a emprender se fundamenta, según estos autores en tres motivaciones: (a) ganancias económicas y/o (b) ganancias sociales y/o (c) ganancias focales. Es importante destacar que los dos últimos motivadores no están relacionados a la acumulación de capital, sino que se focalizan en el alcance de determinado estilo de vida que le permita sentirse satisfecho como persona, en otras palabras, son motivos que construyen autoestima en el emprendedor y que lo estimulan al éxito. Estos autores hacen un intento por tamizar las motivaciones entre emprendedores formales e informales, en el primer caso especifican que la motivación de ellos está basada en las ganancias económicas y el evitar el fracaso mientras que en el caso de los informales especifica primero al fracaso y luego a la supervivencia; dando a entender que en este grupo la satisfacción llega cuando se logra cubrir las necesidades básicas, sin embargo surgen dos preguntas: ¿Qué motiva al emprendedor informal a seguir haciendo lo mismo una vez que cubre sus necesidades básicas?, ¿Porqué no cambia?.

Anja (2012) intentó responder esas preguntas explorando el caso de emprendimiento informal en las mujeres en Malasia. Tradicionalmente se considera a las mujeres como un grupo especial de tratamiento en el estudio de emprendimiento debido a que enfrentan a muchos más roles que el hombre dentro de la familia, debido al enfoque de género (ibid) y que por tanto son unidades de estudio muy importantes para evaluar aspectos no económicos en las motivaciones que tienen por iniciar empresas. Este autor en su trabajo estudió a mujeres que trabajaban como empleadas de baja cualificación en industrias manufactures y de servicios formales. Encontró que las mujeres estuvieron dispuestas a dejar su trabajo formal y abrir sus propias empresas en la informalidad, buscando un resultado económico evidentemente, pero agregaron factores de autoestima como interés por hacer negocios, ser independiente y tener más tiempo con la familia.

Esos resultados demuestran que los emprendimientos en la informalidad no están sustentados totalmente en la necesidad, que tienen un origen fuerte en la oportunidad pero que sus resultados se focalizan más en las ganancias sociales

y focales, al menos cuando son iniciados por mujeres. Williams y Martínez (2014) explicaron que la tesis de que el emprendimiento informal ocurre por factores de necesidad podría ser cierta sólo en los casos de poblaciones desfavorecidas o que se encuentran en condiciones de desplazados en otros países y necesitan de algún mecanismo de supervivencia. Para los otros segmentos lo que prima es un enfoque voluntario donde se elige el emprendimiento informal por la posibilidad de desarrollar un estilo de vida que es adaptable al ritmo laboral, es decir, en lugar de acumular capital económico se acumula capital social.

Smallbone y Welter (2012) encontraron que toda forma de emprendimiento fuera del segmento formal de la economía tiene un fundamento de acumulación de capital social más que económico, su impulso viene dado por la preferencia a hacer algo que pese a no ser legal es legítimo para la sociedad. Capturan oportunidades que se encuentran en el mercado y las acomodan a su situación individual. De ahí que como manifestó Williams (2009), el intento de erradicar la informalidad mediante políticas de disuasión podría no surtir efectos positivos en la creación de empresas sino más bien todo lo contrario pues afectaría a los mismos motivos tras el emprendimiento.

Ojo, Nwankwo y Gbadamosi (2013) explicaron que el mecanismo facilitador para el funcionamiento de emprendimientos informales son las redes sociales que se encuentran formadas antes de cualquier actividad. Las redes sociales son definidas como las complejas interacciones entre los individuos y son el paraguas que cubren las transacciones que se dan en la informalidad dado que ante la ausencia de una estructura legal formal, la solidaridad y la confianza son los mecanismos que facilitan y fomentan el comportamiento empresarial. Karnaukhova (2013) explicó que esto es posible debido a que los empresarios informales son una especie de grupo étnico que están conectados naturalmente por rasgos que posee la comunidad que los rodea, ganando de esa manera legitimidad para sus operaciones.

De esa manera entonces la recurrencia a la informalidad no está basada completamente en factores de necesidad o supervivencia, tampoco se liga a una elección racional para irse contra normas establecidas; tiene un sustento más orientado hacia las ganancias no económicas y la búsqueda de autoestima por parte de sus empresarios. Siu y Lo (2013) expresaron que las orientaciones cognitivas de los emprendedores están modeladas por el contexto cultural y los valores que emergen de ahí; por tanto si un individuo está expuesto a un contexto con

mayor orientación colectivista, siguiendo el esquema de dimensiones culturales de Hofstede, los individuos pueden sentir mayor arraigo en desarrollar sus actividades empresariales basándose en normas subjetivas o sociales, de ahí entonces la predilección de iniciar una empresa en la informalidad. De ahí que Williams y Lansky (2013) propusieron un nuevo enfoque, el post-dualista, para reconocer el papel de las normas sociales como incentivo en la creación de empresas informales.

Lumpkin et al. (2013) trabajaron sobre ese enfoque propuesto dado el enfoque social de los emprendimientos informales y su concentración en buscar el desarrollo comunitario antes que la acumulación de riquezas; por otra parte, el emprendimiento informal tiene como iniciador la solución de problemas sociales como inclusividad laboral de poblaciones marginadas por temas étnicos o demográficos y por tanto su beneficio es la solución de dicha problemática. En su trabajo estos autores encontraron que los emprendimientos informales crean valor social para sus tenedores y para la colectividad que atienden sobre todo en el papel que cumple la función empresarial para la sostenibilidad en la solución del problema. Sin embargo, esto condiciona a la empresa informal a asumir mayores riesgos con respecto a sus pares formales dado que deben de sortear mayores limitaciones en la gestión de recursos para la supervivencia de la organización; así como deben de luchar con un contexto de competencia agresiva para responder a las decisiones estratégicas de competidores en su esfuerzo por posicionar el negocio. No obstante, una manera que han encontrado las empresas informales es la cooperación con otras instituciones e incluso con empresas formales para de esa manera mitigar el riesgo de operación.

Dado el mayor riesgo que asumen las empresas informales, en la literatura se encuentra criterios donde exponen al emprendimiento informal como no ventajoso para el contexto económico. Anderson, El Harbi y Brahem (2013) exploraron si la creación de negocios informales se puede considerar como emprendedora dado que tradicionalmente se ha considerado al emprendimiento informal como menos importantes, desventajosos y marginales. En su estudio aplicado en Túnez, encontraron que los negocios gestionados por emprendedores informales también se pueden considerar como emprendimientos debido a que sus gestores tienen las mismas ambiciones empresariales de generación de ingreso y compromiso de crecimiento como sus pares formales, lo que los diferencia es el fin tras la generación de ingresos; mientras que los formales lo hacen con fines de

acumulación de riqueza, los informales lo hacen con fines de flujo. Por otra parte, encontraron que tras el emprendimiento informal no existe relaciones de exclusión entre los factores de atracción y empuje que propuso Aidis et al., (2006), por tanto, ambos se complementan y su intensidad dependerá de las experiencias y metas de vida que tenga el empresario informal. Adicional a ello encontraron evidencia de que la informalidad bien puede suponer una respuesta experimental del empresario así como una alternativa de negocios donde quienes ingresan a laborar encuentran fuentes autosostenibles y estables de empleo.

No obstante, La Porta y Schleifer (2014) se opusieron a esta visión menos legalista y tolerante con el emprendimiento informal, fundamentaron su trabajo con el enfoque clasico dualista con respecto a la empresariedad formal e informal y encontraron que las empresas informales son menos productivas y suelen no crecer con respecto a sus pares formales, las comparan como un gigante con pies de barro. Basan su argumento en que este tipo de organizaciones al ser lideradas por personas con poca formación académica incurrir en procesos poco eficientes y en el uso de estrategias básicas para su mantenimiento en el tiempo, es decir, fijan su captación de mercado en un enfoque basado en el precio. Y como resultado, sus productos y servicios son de poco valor añadido y orientados básicamente a segmentos de clientes con bajos ingresos. De ahí que concluyen que muchos empresarios informales aceptarían cerrar sus negocios y pasar a la formalidad a laborar si se les ofreciera esa oportunidad, la pregunta es: ¿relamente los empresarios informales estarían dispuestos a renunciar a capital social por capital económico?.

De acuerdo a lo expuesto por autores anteriores, los empresarios informales no están dispuestos a hacer ese renunciamento debido a que su norma subjetiva es el colectivismo y por tanto prefieren tener un mejor bienestar grupal a una mejora individual. La Porta y Schleifer (2014) en su trabajo también hacen hincapié en que las firmas informales rara vez se formalizan, que el camino a la formalización lo toman solo si son obligados a hacer, independientemente si la política es de reducir costos de registro o de otorgar subsidios. Por tanto estos autores sugieren un marco legal más agresivo en lo que respecta a controles a los informales, e introducir políticas de aperturismo para que con una mayor expansión de la oferta de empresas formales se genere incentivos a los trabajadores informales a abandonar ese sector y así provocar su declive.

Sin embargo, mayor control implica limitar el espíritu empresarial que en etapas tempranas se inicia en la informalidad (Thanh y Turkina, 2014). Por otra parte, Dau y Cuervo-Cazurra (2014) expusieron que la liberalización económica lejos de reducir la capacidad informal la incrementa debido a que en primera instancia el crecimiento económico que sigue a la liberalización no es capaz de reducir la pobreza no económica; adicional a ello la liberalización introduce: desregulación, eliminación de control de precios y privatización, dejando espacios abiertos donde la regulación se vuelve ambigua y permite la operación sin necesidad de registro, dado que con la eliminación de ciertas instancias públicas dejan de existir controles que anteriormente no permitían el funcionamiento de esas empresas informales.

Elgin y Oztunali (2014) indicaron que esa trampa de mayor liberalización y generación de más incentivos para una mayor informalidad se puede romper siempre que se mejore la calidad de las instituciones de un país. La calidad institucional se refiere a la mejora global de la eficacia de la política de gobierno, tales como: (a) respeto a la ley, (b) orden y (c) calidad burocrática. Si bien es cierto esos atributos a nivel macro son deseables, los autores no abordan como hacer que los mismos funcionen desde un nivel micro, es decir, que desde los individuos se perciba que hay una mejora de los atributos institucionales para de esa forma no elegir el emprendimiento informal. Por otro lado, la propuesta de los autores es viable sólo en un entorno que aplique como modelo de desarrollo la economía de mercado, con personas pensando desde un enfoque individualista. Sin embargo, esa no es la característica cultural que se encuentra en países en desarrollo donde la empresarialidad informal es muy fuerte y la característica cultural es de enfoque colectivista.

De Castro, Khavul y Bruton (2014) indicaron que aunque lo deseable es la existencia de calidad institucional esto no lo es todo para persuadir a un empresario a no emprender en el sector informal; en el contexto actual los empresarios informales no se caracterizan por inobservar todo el marco legal existente con respecto a la constitución de una empresa y el cumplimiento de disposiciones laborales y tributarias, al contrario, eligen un mínimo de cumplimiento de manera que satisfagan las expectativas de su entorno y sin que esto suponga una violación a la norma subjetiva del grupo social donde interviene. Estos autores encontraron que la disuasión pasa por la existencia o no de canales de interacción entre firmas

formales e informales, a medida que el medio ambiente se vuelve magnificente y se crean relaciones entre ambas firmas entonces los nuevos empresarios no tienen incentivos para iniciar en la formalidad o lo que están en la informalidad moverse a la formalidad.

Por otra parte, las empresas formales no ven con malos ojos esa relación pues les permite desarrollar su ecosistema de negocios y llegar a mercados que de otra forma no les fuese accequibles. Ketchen, Duane y Webb (2014) encontraron que a medida que se crean instituciones formales para expandir la economía formal mediante mayores regulaciones, se está creando indirectamente estímulos para que se ensanche el tamaño de empresarios informales, por tanto el problema de crecimiento del emprendimiento en el sector informal no es un tema de instituciones o derechos de propiedad, es un tema de comprender qué es lo que motiva a un empresario iniciar una firma por fuera de los límites institucionales formales y que motiva a un empresario a persistir en la informalidad.

Lee y Hung (2014) expusieron que tras las motivaciones existe un tema de legitimidad social que avaliza a los empresarios informales para desarrollar su iniciativa empresarial. La legitimidad es definida por ellos como una percepción generalizada o suposición de que ciertas acciones son deseables, aceptados o apropiados dentro de un marco normativo subjetivo o social. Adicionalmente encontraron que la legitimidad se refleja tres dimensiones: (a) pragmática, (b) moral y (c) cognitiva. La dimensión pragmática se refiere al reflejo de juicios sobre los beneficios de su actividad para un grupo dado; la dimensión moral en cambio se relaciona con la evaluación normativa positiva de sus actividades; y la dimensión cognitiva, está vinculada a la comprensión pública actualizando las actividades que antes se consideraban como ilegítimas.

Mediante estas dimensiones es posible crear una línea de fondo moral para que puedan funcionar las empresas informales; esta línea de fondo permite delimitar lo ilegal pero legítimo de lo que es totalmente ilegal. Las desviaciones de la legitimidad moral suponen a su vez un límite sobre cuánto puede tolerar la sociedad de economía informal y hasta que punto esa legitimización procede. Huggins y Thompson (2014) definieron a la legitimidad moral como cultura de la comunidad, debido a que hace relación a modos de pensar dominantes que tienen un carácter general y que subyacen en la forma como las localidades funcionan. Es decir,

abarca las formas y medios por las cuales los individuos y grupos interactúan con su entorno y que se constituyen en regla a falta de vacíos legales.

McEvily, Soda y Tortoriello (2014) expusieron que dado que la legitimidad moral es un producto de la cultura, es prácticamente imposible para un gobierno influir en cambios sobre la misma. Si bien es cierto la creación de institucionalidad puede crear incentivos en las personas para alentar/rechazar ciertos tipos de conducta, esos cambios sólo se pueden ver en un mediano y largo plazo. Hasta eso, las prácticas empresariales de los emprendedores informales desarrollan nuevas acciones que delimitan una nueva línea de fondo moral y por tanto la solución institucional deja de ser viable. Este desarrollo de prácticas ocurre porque los empresarios tienen una orientación deliberada a captar oportunidades que surgen de las deficiencias competitivas (Rauch, Van Doorn y Hulsink, 2014), por tanto descubren nuevos modelos de negocios que compatibilizan con la tolerancia social y continúan.

Viswanathan et al. (2014) demostraron que esa imposibilidad de que se conecte la nueva institucionalidad con una reducción de las intenciones emprendedoras en la informalidad es una consecuencia de los intercambios sociales que se generan entre empresario informal y sus clientes. En el estudio que efectuaron en India notaron que esa red de intercambio le permite al empresario informal desarrollar una relación interpersonal con sus clientes y a la empresa informal le permite generar vínculos afectivos con esos clientes; la existencia de esos compromisos sociales da sostenibilidad a la actividad informal y le significa a la comunidad la construcción de valor económico y social pues por un lado encuentra en una organización el medio para satisfacer sus necesidades y por otro lado se sienten incluidos en el contexto empresarial.

Esos rasgos de familiaridad precisamente son los que no observa los enfoques clásico y neoclásico de la empresariedad y por tanto son los que falsean ambas tesis en el sentido de que la firma informal encuentra su espacio para operar y sostenerse. Acs, Autio y Szerb (2014) explicaron que cuando la institucionalidad informal es más fuerte que la formal los empresarios prefieren emprender en el sector informal esto debido a que es más fácil operar en un entorno donde los participantes son guiados por normas morales interiorizadas y que tienen menores incentivos a desviarse dado que recibirían rechazo de los demás por su



incumplimiento con los compromisos sociales comunes. Webb, Duane y Ketchen (2014) explicaron que esa contraposición a lo que tradicionalmente se ha creído sobre las empresas informales se debe a que en los países en desarrollo el surgimiento de la empresarialidad informal viene dado por vacíos institucionales y no por un esfuerzo deliberado de pasar por alto leyes. Por otra parte, en países en desarrollo la coexistencia de empresas formales e informales es un resultado del esfuerzo deliberado de las primeras por ampliar su presencia a otros mercados y para externalizar algún proceso o actividad que si fuese dotado por la misma empresa fuese más costoso.

Benjamin y Mbaye (2014) desarrollaron un estudio en nueve países de África Occidental y encontraron que la informalidad representa del 50% al 80% del PIB, del 60% al 80% del empleo y cerca del 90% de las fuentes de creación de nuevos empleos. Entre sus hallazgos con respecto a la elección de un empresario de iniciar actividades en la informalidad están: (a) la moral tributaria es un determinante crucial en quienes eligen la informalidad como un esfuerzo deliberado por evadir impuestos, los directivos que tienen mayor descontento y perciben que el sistema fiscal no usa apropiadamente el dinero de los contribuyentes prefieren no tener compromisos con el sistema formal; (b) la calidad del marco regulador junto a la capacidad del estado para hacer cumplir la normativa es muy importante en la determinación de crear una empresa en el sector formal o informal, a este nivel hay una diferenciación clara entre si quien gestiona la empresa informal es alguien con mucha educación o poca educación, los primeros con mejor calidad y simplificación en el control prefieren formalizarse mientras que los segundos no, debido a que; (c) las redes étnicas y religiosas desempeñan un papel muy importante en el sector informal debido a que dota de un marco de regulación más eficaz que la institución formal, a esto se lo llaman norma subjetiva o social y que se genera de las relaciones de tradición y cultura que son anteriores a cualquier institución legal.

Como se puede notar los trabajos analizados hasta aquí, la percepción de sobre el sector informal es que conlleva efectos negativos sobre la recaudación y la eficacia de la política laboral y monetaria; por tanto se postulaba la necesidad de diseñar un modelo que permita estimar el desempeño de la política pública para atenuar los motivos y factores contextuales que promueven el ingreso a la informalidad. Gibs, Mahone y Crump (2014) propusieron el *Multi-theoretical Informal*

*Economy Entry Selection* (Marco Multi-teórico para la Selección de Entrada a la Economía Informal, MTIES) el cual expone tres dimensiones de explicación del porqué del ingreso a la informalidad: (a) contexto, (b) necesidad de emprendimiento y (c) características estructurales de la actividad económica. La debilidad de este enfoque es la no inclusión de los valores, costumbres y normas sociales que son caracterizadores naturales de la intención, particularmente en la conducta empresarial. El modelo MTIES a su vez supone que la informalidad es un enfoque de alta incertidumbre y presenta a los empresarios como miopes frente a la misma, sin embargo, los empresarios informales están familiarizados con la incertidumbre cuando hacen su elección de inicio de empresas están concientes de lo mismo y lo que tratan de es aprovechar los recursos sociales con los que dispone para lograr el éxito de la empresa informal, muy aparte de la escolaridad del gestor y de los aspectos contextuales que construyen la percepción del entorno.

Profundizando un poco más sobre el impacto de los niveles de educación en la elección de emprender en el sector formal o informal, Jiménez et al. (2015) efectuaron un estudio para: probar si tener un nivel de educación terciario o universitario contribuye positivamente en el espíritu empresarial formal, disuadiendo a la vez el espíritu empresarial informal; y, probar que si los emprendedores tienen un nivel de educación secundario o colegio hay una relación positiva con el espíritu empresarial informal. La lógica detrás de estas hipótesis es que mayor educación vuelve a los individuos más conscientes de los riesgos legales y morales que conlleva la apertura de una empresa en el sector informal; por tanto, si los emprendedores tienen hasta educación secundaria estos son más propensos a aperturar firmas en el sector informal con respecto a los grupos que tengan hasta educación terciaria. Los resultados de los autores corroboraron que en efecto el poseer estudios terciarios fomenta el espíritu empresarial formal y disuade el informal, sin embargo, no lograron hallar evidencia para comprobar que emprendedores con escolaridad secundaria se decantan por la informalidad. La falta de comprobación de la segunda hipótesis demuestra a su vez que la creencia tradicional de que las personas que se emprenden en la informalidad eluden de forma conciente regulaciones legales es errónea, pues estas personas también conocen de los riesgos legales y morales tras su decisión; sin embargo, encuentran en esa actividad la mejor forma de poner en práctica sus conocimientos y habilidades técnicas en práctica a un riesgo menor de si lo harían en la formalidad.

La segunda hipótesis construida por los autores anteriores supone la tesis tradicional de la marginalización detrás del emprendimiento informal, es decir, que las poblaciones que se encuentran en alguna condición de exclusión son más propensas a participar en el sector informal. No obstante, ese resultado obtenido se ve reforzado por el estudio que efectuaron Williams y Horodnic (2015) para comprobar si esa tesis de marginalidad es generalizable para todos los empresarios que se encuentran emprendiendo en el sector informal. En la investigación aplicada a seis países de la Unión Europea encontraron que esa tesis no se puede generalizar a todos los segmentos que están en la informalidad, sobre todo cuando se estudia a los empresarios informales por su género o nivel de educación. Ello se debe a que la educación no es un descriptor perfecto para categorizar cuál emprendimiento será formal y cuál informal, existen aspectos institucionales tanto formales como no formales que influyen en la elección del empresario del sector donde iniciará su negocio.

Dado que la elusión racional sólo es consistente en empresarios que ingresan a la informalidad con el fin premeditado de evadir impuestos, Autio y Fu (2015) efectuaron un estudio en la región Asia Pacífico donde quisieron comprobar la tesis de que con mejoras en la calidad de las instituciones públicas y un fuerte crecimiento económico se reduciría las intenciones de empresariedad en el sector informal, tomaron un marco muestral de 18 países de esa región y emplearon como insumo de medición de la empresariedad informal e informal los datos de la encuesta GEM. Estos autores encontraron que entre el período 2001 a 2010 pese a la mejora de la calidad de las instituciones públicas y el crecimiento económico sostenido en la región, la proporción de la actividad económica informal se ha mantenido persistentemente alta e invariable. Esto muestra que aún cuando se introducen cambios, si es mayor el peso y respeto de las personas por las normas subjetivas o sociales entonces estas tendrán una mayor consideración en la formulación de intenciones empresariales. Los autores también demuestran que las actividades empresariales informales reducen los niveles de pobreza en términos individuales pero empeoran la eficiencia económica en conjunto, sugieren que es importante abordar el tema de la empresariedad informal desde los incentivos y reconocer que aspectos son los que estimulan a su permanencia.

El empeoramiento de la eficiencia económica en conjunto proviene porque los emprendimientos informales suelen centrarse en la generación de ingresos para

obtener flujo y no para acumulación de capital. Mapp y Moore (2015) efectuaron un análisis de esta situación en 11 países del Caribe, aplicando el método de Enfoque de la Demanda de Divisas (CDA, por sus siglas en inglés) propuesto inicialmente por Tanzi. Ese método supone que las transacciones en la economía informal se liquidan en efectivo para evitar la trazabilidad y que la razón para hacerlo es evitar una elevada carga fiscal, el uso del modelo manifiesta que los empresarios informales tienen una mayor preferencia por la liquidez en comparación con los formales. Los hallazgos demuestran consistencia con las suposiciones de Tanzi, sin embargo, también encuentran que la empresariedad informal tiene una contribución importante en el bienestar individual y en los índices de distribución de la riqueza, contribuyendo a la reducción de niveles de desigualdad económica. Los autores sugieren que pese a esas conclusiones positivas alrededor de la informalidad es pertinente analizar la contribución de la informalidad en el bienestar del hogar y el estudio a profundidad de los factores que motivan al empresario a ser informal y el papel de esos factores en la formulación de políticas efectivas para integrar actividades informales con las formales.

De hecho en muchos países en desarrollo el sector informal suele emplear una buena porción de la población económicamente activa sobre todo en países más pobres y con institucionalidad débil, junto a ellos suele existir un sector formal el cual opera dentro de los límites del control gubernamental (Williams y Nadin, 2012); en estos escenarios no se logra un divorcio total entre las actividades empresariales informales de las formales sino que incluso logran complementarse en sus necesidades de mejorar su posición y desempeño en el mercado. Pisani (2015) efectuaron un estudio en Nicaragua para determinar qué tipo de impacto tienen las empresas informales en términos de competitividad con las empresas formales, este autor encontró que si bien es cierto las empresas formales sufren afectaciones en su rendimiento como resultado de la acción de las empresas informales, son mayores las ventajas que reciben de sus relaciones con la informalidad dado que les permite mejorar la posición competitiva con sus mismos pares formales y que representan una amenaza mayor que los negocios informales; esto suele ocurrir en firmas formales con menor tiempo en el mercado y que operan en sectores donde la supervisión gubernamental es menor. En los casos de empresas formales más maduras no existe riesgo de afectación competitiva por el surgimiento de

empresas informales dado que poseen mayor estabilidad y solidez para hacer frente a variaciones coyunturales en su rendimiento, por otra parte se aprovechan de ciertas redes informales para extender su presencia a mercados donde tenían escasa participación.

Babbit, Brown y Mazaheri (2015) retomaron el estudio de la empresariedad informal desde un enfoque de género en Indonesia, sus hallazgos fueron en concordancia con lo que previamente demostró Anja (2012). Las mujeres que ingresan a la informalidad lo hacen porque las empresas en ese sector otorgan flexibilidad en términos de horas de trabajo, ritmo de trabajo y proximidad del puesto de trabajo a sus obligaciones individuales. Las actividades productivas en las que las mujeres suelen iniciar actividades en la informalidad son servicios y comercio, sus emprendimientos suelen ser intensivos en mano de obra. Estos autores sugieren que si los gobiernos desean regular a los negocios informales deben tener en cuenta aspectos de diferenciación de género debido a que las mujeres suelen enfrentarse a barreras explícitas e implícitas para poder encontrar trabajo en el sector formal. Estos resultados son similares a los obtenidos por Kasseeah y Tandrayen (2014) donde adicionalmente ellos indican que el estilo de vida en los países en desarrollo también exige que las mujeres participen activamente en la generación de ingresos, siendo el emprendimiento de negocios informales una alternativa para mantener el rol social de la mujer y la necesidad de contribuir al mantenimiento del hogar. Esto se debe a que sociedades colectivistas como las que existen en los países en desarrollo, y donde se ejecutaron ambos trabajos, los aspectos de preferencia social son mejor valorados, por ejemplo, la sociedad valora que una mujer sea responsable en sus actividades domésticas aún cuando trabaje y que sepan equilibrar su vida profesional con su vida de hogar.

Esos aspectos de género unido a preferencias voluntarias de quienes deciden emprender en el sector informal son precisamente las características más visibles de preferencia por ese sector aún sobre las explicaciones tradicionales de que la informalidad es un resultado de los ajustes estructurales del ciclo económico o la marginalidad; para Welter, Smallbone y Pobol (2015) por las que el espíritu empresarial informal es persistente y no tiende a desaparecer en el tiempo, dado que contribuye de forma importante en el empleo y permite el

desarrollo social y económico que provee a sus beneficiarios. Desde ese punto de vista, la empresarialidad informal es un semillero de empresas sustanciales que en el tiempo pueden servir de trampolín para aquellos que buscan la formalidad o mantener un cierto nivel de ocupación que mejora los niveles de pobreza en los sectores que se involucran. Estos autores sugieren que es importante estudiar el arraigo socio espacial y temporal de los individuos y empresarios que están en la economía informal para poder comprender los motivos que los lleva a operar parcial o totalmente en la informalidad.

Williams y Youssef (2015) efectuaron un estudio en Brasil para revisar si la empresarialidad informal es resultado de salida voluntaria (enfoque estructuralista), exclusión del mercado laboral (enfoque neoliberal) o es considerado como una opción o estilo de vida. Tradicionalmente en la investigación se ha empleado el enfoque estructuralista o neoliberal para explicar el emprendimiento informal. Estos autores encontraron que en Brasil, el emprendimiento informal está más vinculado a un estilo de vida donde se juntan las relaciones sociales con la calidad de las relaciones interpersonales y la confianza, las cuales son la base para el funcionamiento de las empresas informales por fuera del marco legal formal. Esto se contrapone a lo que se sabía hasta ahora del emprendimiento informal en países del hemisferio norte, donde las prácticas empresariales informales persiguen el uso de relaciones sociales más cercanas y por tanto ese es el fin y no la búsqueda de ganancias financieras solamente.

La inclusión de la innovación en los estudios relacionados con el emprendimiento informal siempre se ha tratado de dejarle de lado, debido a la visión clásica estructuralista de que en la informalidad la única motivación que existe es la subsistencia y por tanto los emprendedores informales no hacen mayor gestión para innovar. Goel, Saunoris y Zhang (2015) efectuaron un estudio en 70 países desarrollados y en transición de América, Europa, Asia y África para demostrar si la introducción de innovaciones en el sector formal tiene algún efecto sobre la actividad empresarial informal, el mecanismo transmisor que ellos encuentran para sostener ese vínculo es que los nuevos desarrollos del sector formal deben de superar las limitaciones con respecto a tamaño de mercado, los empresarios informales son ese hilo conductor para ensanchar el tamaño de mercado dado que al no incurrir en costos iniciales de registro

minimizan el costo de entrada de los formales y les permite reducir su riesgo propio. Las innovaciones van desde la creación de patentes hasta el desarrollo de nuevos productos, la imitación de los nuevos productos o la búsqueda de nuevos mercados para productos existentes. Los autores encontraron que en efecto la innovación en el sector formal estimula positivamente a la actividad empresarial informal, estos resultados muestran que la concesión de derechos de propiedad tras nuevos productos no determinan la reducción de las intenciones emprendedoras en el sector informal dado que pueden disuadir los aspectos de imitación pero pueden generar incentivos para participar como apoyo en los procesos de comercialización del nuevo producto.

Un segundo estudio relacionado con la innovación en las empresas informales y cómo se diferencian de las empresas formales fue propuesto por Fu, Mohnen y Zanello (2016) y aplicado en Ghana, encontrando que si bien es cierto las empresas informales son menos innovadoras esto solo ocurre en lo que respecta a innovaciones tecnológicas mas no en las no tecnológicas; por tanto los empresarios informales son capaces de hacer innovaciones en procesos de gestión y comercialización basado en la perspicacia y habilidades del empresario. Sin embargo, el problema con las innovaciones no tecnológicas es que se centran más en la supervivencia de la empresa que en su desenvolvimiento estratégico, por tanto los empresarios informales deben estar en la posibilidad de desarrollar nuevos productos o servicios para poder mantenerse en el tiempo.

Un hallazgo muy importante de su trabajo es que pone en evidencia lo contrario a lo que tradicionalmente se había creído sobre las empresas informales, a saber la falta de innovación y que eso deriva en su posibilidad de no ser sostenible en el medio plazo. Al evidenciar que las empresas informales si existe innovación se demuestra que quienes dirigen este tipo de organizaciones tienden a orientar a su gestión también hacia la mejora en la productividad y por tanto se descarta la hipótesis previa del enfoque racionalista de la informalidad, relacionado con que los empresarios informales inician actividades de ese tipo por un tema de evasión de impuestos u otras cargas legales que soportaría en caso de hacer las mismas actividades en la formalidad.

El enfoque institucional del emprendimiento informal puede suponer una visión moderna para analizar la creación de empresas en ese sector dado

que supone el aprovechamiento de oportunidades empresariales por fuera del entorno formal de negocios. Mathías et al. (2014) indicaron que todas las sociedades tienen tanto instituciones formales e informales en su desarrollo; dentro de las primeras se encuentran las leyes codificadas y reglamentos, las cuales definen las reglas convencionales de las diferentes relaciones de la sociedad. En las instituciones informales se anotan reglas que no están escritas pero que han sido socialmente compartidas y que se han comunicado de manera continua por fuera de los canales convencionales, se resumen como un grupo de normas que están fuera de lo legal pero que son válidas por ser parte de los valores y creencias de los grupos sociales. Estos autores indicaron que abordar el emprendimiento informal centrándose sólo como un resultado de las imperfecciones institucionales de la formalidad es limitado debido a que ignora el papel de las instituciones cognitivas y normativas que estando dentro de las instituciones informales se constituyen en motivadores para la construcción de intenciones y la posterior acción.

Siqueira, Webb y Bruton (2016) ahondaron en esa línea opuesta a la racionalidad tras la informalidad y estudiaron el emprendimiento informal suponiendo que esta es impulsada por condiciones en la industria, es decir, es una respuesta de los empresarios para explotar oportunidades atractivas de mercado desde un sentido exploratorio para minimizar los riesgos asociados a la gestión del negocio por si se lo aperturara desde el inicio en el sector formal de la economía; en su estudio emplearon una muestra de más de un millón de empresas formales e informales en Brasil. Los hallazgos de estos autores demostraron que ante un entorno de mercado tolerante, los empresarios toman la informalidad como una puerta de entrada para el aprovechamiento de oportunidades de mercado dado que se constituyen en un complemento para las empresas formales; de manera que los empresarios informales no solo toman en cuenta los costos, riesgos y beneficios de la informalidad sino que evalúan la naturaleza de dichos costos, riesgos y beneficios desde las características de la industria, medidas en términos de coexistencia con empresas formales. Esas características son las que permitirían que en ciertos sectores de la economía las actividades empresariales informales sean posibles y en otras no lo sean debido a la poca tolerancia de las empresas formales y alta concentración de mercado en términos de participantes y distribución geográfica.

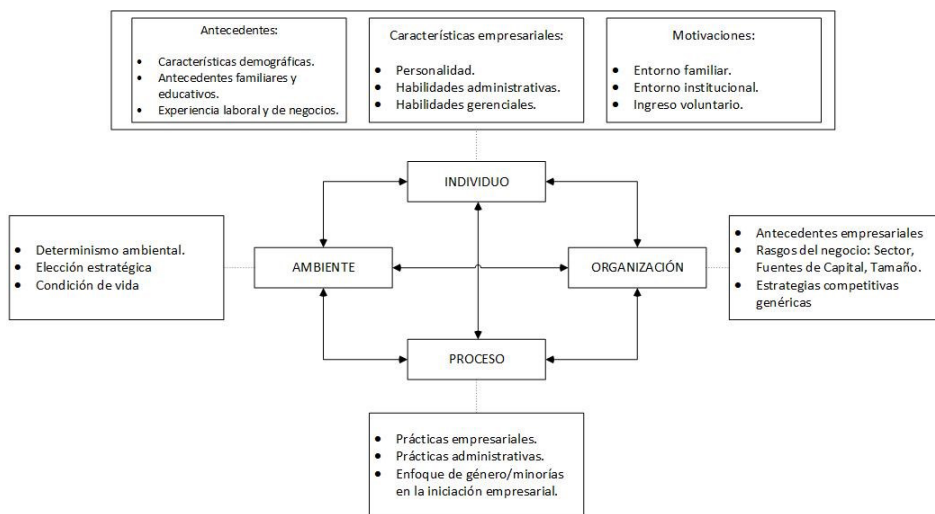


Adicional a la innovación y la productividad que llevan a la práctica los emprendedores informales así como las características institucionales del mercado que los anima a crear empresas; Williams, Martínez-Perez y Kadir (2016) efectuaron una investigación para determinar si había un cambio significativo en el desempeño de las organizaciones que se iniciaron sin registrar y lo hicieron después versus las organizaciones que se registraron desde el inicio; estos autores emplearon como datos de base la Encuesta de Empresas del Banco Mundial levantada en 127 países. Los resultados obtenidos demostraron que al menos una de cada 10 empresas que se iniciaron en el sector privado, empezaron sin registrarse; adicionalmente, experimentaron un mejor crecimiento anual promedio en términos de ventas anuales, creación de empleo y productividad. Este retraso parece ser coherente con la mejora en el desempeño debido a que le permiten a las empresas informales enfocarse en el desarrollo interno de legitimidad social como la construcción de rutinas operativas fuertes tal como el compañerismo, confianza y cohesión.

Sin embargo esa fortaleza en la legitimidad social sólo es posible de construir siempre que las organizaciones sean capaces de reducir sus pasivos externos de novedad en conjunto con el fortalecimiento a la par de la legitimidad social. Los pasivos externos de novedad se refieren al conjunto de inversiones necesarias para dar legalidad formal a un negocio, generalmente esas inversiones pueden conllevar una serie de pasos que suelen ser de difícil ejecución por las nuevas instituciones llevándolas incluso al fracaso debido a las fallas en la implementación y la incapacidad para actuar con responsabilidad ante los nuevos roles que suigere la creación formal de una organización. Williams (2015b) explicó que esto suele ocurrir en organizaciones que sirven a clientes que se encuentran en la base de la pirámide, donde la pertinencia de las relaciones y la confianza les permite establecer una conexión más directa con sus grupos de interés y por tanto reducen al mínimo el riesgo de operación. De ahí que el autor sugiere que las medidas fundamentales para reducir los niveles de empresariedad informal deben venir de la mano de mejorar: (a) los términos de percepción de equidad fiscal en los empresarios contriuyentes versus los no contribuyentes, (b) la justicia redistributiva y (c) la congruencia institucional formal con el objetivo de reducir los niveles de legitimidad social.

Con el objetivo de resumir las tendencias hasta aquí desarrolladas con respecto al emprendimiento informal se han agrupado los artículos revisados en este trabajo mediante el marco conceptual de Gartner (1985) mismo que ha sido citado en 3557 artículos sobre emprendimiento y donde se sintetiza la creación de nuevas empresas en cuatro dimensiones: (a) individuo; (b) ambiente; (c) organización y; (d) procesos. Este marco conceptual es importante para resumir las actividades que desarrollan los individuos para idear, planificar y poner en marcha sus negocios; las dimensiones son capaces de presentar al emprendimiento no como un fin mismo sino como un flujo continuo de acciones que se ven influenciadas desde la complejidad interna y externa. En la figura 1 se resume el mapa de la literatura sobre los principales enfoques que han surgido de las investigaciones sobre empresarios informales y sus empresas.

Figura 1. Mapa de la Literatura de los Principales Enfoques Surgidos de Estudios Sobre Emprendedores Informales.



Nota. Elaboración del autor, a partir de la revisión de la literatura.

Como se puede notar, una constante de los autores que buscan explicar el emprendimiento informal han tomado una postura general sobre los motivos que lo inician y el reconocimiento de que este tipo de negocios también tienen una aportación importante en el contexto económico debido a que desarrollan operaciones marcadas en la innovación y en la productividad. Sin embargo, un aspecto que sigue sin entenderse son las razones por las que inicialmente los

empresarios optan por la operación sin registrar, porqué una vez que se han creado una serie de condiciones para estimular la formalidad, estos empresarios prefieren mantener sus negocios en la informalidad y cuál es el aporte de la legitimidad social, a través de las normas sociales en las elecciones antes mencionadas.

### 3.3 NORMA SUBJETIVA O SOCIAL

Las normas sociales suelen ser un marco referencial para mediar la interacción entre los incentivos económicos y la existencia de externalidades, mismas que son un resultado de actividades de consumo o producción; donde quien origina la actividad no recoge todos los beneficios de la misma o no asume todos los costos de las mismas derivando el bienestar o malestar a la sociedad; si estas externalidades no existieran según Dufwenberg y Lundholm (2001), no fuese necesario la aplicación de reglas de conducta, leyes formales o normas sociales pues no habría razón de esperar efectos no controlables sobre las acciones de los agentes que conforman los sistemas económicos, es decir, nadie tendría incentivos para desviarse.

Según Bobek et al. (2007), las normas sociales se pueden definir como un conjunto de reglas y normas que son entendidos por los miembros de un grupo y que sirven como guía para permitir o restringir el comportamiento social en ausencia de leyes formales. Ellos identificaron cuatro constructos que fundamentan el accionar de la norma social: (a) normas descriptivas, que se desarrollan de la observación de cómo los demás actúan frente a una determinada situación; (b) normas cautelares, que se refiere a lo que debería hacerse y por tanto se convierten en el referente moral del grupo; (c) normas subjetivas, las cuales hacen alusión a la expectativa de lo que deberían hacer otros que se consideran importantes por algún vínculo relacional con el individuo y; (d) normas personales, que son las expectativas individuales de comportamiento que surgen tras la internacionalización de normas cautelares.

En la tabla 2 se muestra un detalle más amplio de estos constructos, sus objetivos sociales y cuándo se considera oportuno su observación y aplicación.

Tabla 2. Constructos que conforman las normas sociales.

	Normas descriptivas	Normas Cautelares	Normas Subjetivas	Normas Personales
Descripción	Lo que se percibe que otras personas hacen en una situación dada. Viendo a los demás se obtiene información de lo que es "normal" ante un dilema o situación ambigua.	La percepción de lo que la mayoría de las personas piensan que los demás deberían hacer en una situación dada. En ellas se indica lo que debe hacerse y son las normas morales del grupo.	La percepción de una persona acerca de lo que aquellos que son importantes para él deberían hacer en una situación dada. Son las propias percepciones de las normas cautelares en poder de las personas cuya opinión importa más.	Normas o expectativas de comportamiento basados en sí mismo (es decir, lo que un individuo cree que él / ella debería hacer) ante una situación dada. Estas normas se deben a la interiorización de valores.
Objetivo Social que se logra mediante el cumplimiento de la norma	Acción efectiva - el deseo de ser preciso en las opciones y comportamientos de uno.	La construcción y el mantenimiento de las relaciones sociales.	La construcción y el mantenimiento de las relaciones sociales.	La gestión del concepto de sí mismo.
¿Cuándo se considerarán?	Lo más probable es utilizar pruebas de comportamiento de los demás para decidir el curso de acción más efectivo cuando la situación es ambigua o incierta y especialmente cuando la fuente de referencia es similar a nosotros.	Motivan al comportamiento con la promesa de premios o castigos sociales. Puede no estar expresado con el fin de dirigir la conducta. Estas normas son más influyentes cuando se exteriorizan.	Cuando la gente está motivada para cumplir con las normas de "referencia" de otros.	Impuesta mediante la anticipación de la auto-mejora o auto depreciación ("auto-esfuerzo").

Nota. Traducido de Bobek, Hageman y Kelliher (2013, p. 453).

La acción de la norma social se construye a partir de las instituciones, las cuales son las que dotan de incentivos o desincentivos que a su vez ejercen una profunda influencia sobre el pensamiento y las conductas individuales; Dequech (2009) agregó que las instituciones son patrones de comportamiento que se comparten socialmente y que por tanto representan un marco aceptable de que es lo que debe hacerse o pensarse hacer ante determinadas circunstancias. En ese sentido se forman reglas informales que se convierten en código de conducta y que por tanto pueden generar desviaciones sobre la intención y la posterior actuación. De manera general las instituciones no se rompen, sino que siguen su curso aun cuando ciertos patrones conductuales se interrumpen momentáneamente. De ahí que este autor sostiene que la institucionalidad tiene dos dimensiones: conductual y mental, la primera está definida por el concepto propio y racionalista de lo que debe hacerse y lo segundo involucra las expectativas para percibir e interpretar lo que otros esperan que uno haga, es decir, se está hablando de las preferencias

y cómo estas se modelan a partir de las expectativas propias, las de referentes y las de pares.

La construcción de institucionalidad entonces depende de la capacidad de compartir un patrón conductual similar entre los miembros de una colectividad. Huck, Kübler y Weibull (2012) indicaron que las normas sociales se vuelven relevantes cuando hay interacción y su aplicación es deseable ya que son compartidas por muchos o la mayoría de los individuos y que no necesitan de mecanismos formales para su aplicación. En entornos empresariales, la creación de una firma y la posterior búsqueda de empleados sigue ese proceso de agrupamiento de trabajadores que compartan una norma social común y que a su vez esté alineada con la visión de su tenedor; la razón detrás de este comportamiento es que si no hay un fino filtro de selección las organizaciones corren el riesgo de quedarse con trabajadores menos cualificados que aportan con poco rendimiento para la empresa y aumentan su riesgo propio dado que operan en un entorno cercado a la subsistencia.

Un aspecto esencial de las normas sociales es que pese a que son compartidas requieren de la observación en otros pares para poder lograr la adherencia grupal, en ese esfuerzo median incentivos económicos como captura de mejores rendimientos o beneficios para la firma; o incentivos no económicos como el bienestar y la satisfacción con el estilo de vida, de manera que estos influyen en el comportamiento grupal y estimula al resto a espontáneamente seguir el mismo patrón. La adherencia hace que se produzcan externalidades positivas dentro de la organización debido a que se encadena el proceso productivo en una metodología de trabajo de equipo con efectos significativos sobre la productividad y rendimiento organizacional. Esto último es precisamente la importancia de considerar el papel de las normas sociales en las intenciones emprendedoras pues la creación y gestión de empresa persiguen objetivos económicos y sociales.

Krueger, Liñán y Nabi (2013) encontraron que las normas morales son una influencia muy importante al menos en las primeras etapas de la iniciación empresarial, esto debido a que los emprendedores buscan ganar legitimidad moral y que su actividad sea vista como beneficiosa para la sociedad de manera general. La legitimidad moral se refiere a la aprobación de lo que es moralmente bueno y malo para la sociedad y por tanto determina las creencias comunes e individuales que se manifiestan dentro de la actividad emprendedora. El vínculo de la legitimidad moral

con las intenciones emprendedoras viene dado por la capacidad de la primera para desarrollar la autoconciencia, que genera convencimiento en el emprendedor de sus habilidades y capacidades para formar su intención de crear negocios y su posterior puesta en marcha en realidad. De esa manera, la norma moral o social se convierte en un antecedente de peso para la formación de intención y comportamiento; en oposición a lo que tradicionalmente se ha asumido con respecto al comportamiento empresarial y su fundamentación en el interés propio y cálculos racionalistas. Estos hallazgos van en el mismo sentido de lo reportado por Walker, Jeger y Kopecki (2013) cuando evidenciaron que el espíritu empresarial necesita de la identificación de elementos claves del entorno del individuo como la aceptación y legitimidad moral de la colectividad para con las acciones que efectúa el emprendedor.

Lograr la legitimidad moral de los empresarios es un asunto vital para lograr el apoyo comunitario a sus acciones, lo opuesto al apoyo tácito que se puede ganar es que la comunidad denuncie las acciones empresariales por considerarlas agresivas al ambiente donde ambos interactúan. Trongmateerut y Sweeney (2013) trabajaron sobre cómo puede influir la norma subjetiva o social en culturas colectivistas e individualistas para delatar prácticas que se consideran atentatorias al grupo comunitario; los autores encontraron que en los grupos colectivistas existen intenciones más fuertes de delatar malas prácticas con respecto a grupos individualistas dada la expectativa de quien denuncia a sentir el respaldo del grupo como muestra de aprobación a su acción. De ahí que en la empresarialidad informal el sentimiento de grupo de quienes lo conforman busca apegarse lo más posible al comportamiento que esperan de ellos el mundo social con el que interactúan para de esa forma construir relaciones donde todos los miembros de la comunidad estén más propensos a participar y desarrollar una misma conducta.

El fundamento de la legitimidad social en el emprendimiento es representado por las instituciones misma que es definida por Scott (1995) como “estructuras sociales que han alcanzado un alto grado de resiliencia (y que están compuestas por tres elementos): (a) cultural-cognitivo, (b) normativo y (c) reguladores, que junto con las actividades y recursos asociados, proporcionan estabilidad y significado a la vida social” (p. 33) , y que se refiere al marco situacional que influye sobre contextos culturales y espaciales donde se desarrolla la intencionalidad empresarial. De ahí que las teorías económicas y sociológicas parten de la suposición de que las creencias

y comportamientos individuales se estructuran por normas que prevalecen en el entorno y que pueden estimular, repeler o generar dependencia en la formación de comportamientos individuales específicos. Kibler (2013) especificó que la legitimidad social desempeña un papel fundamental en la formación de nuevas empresas ya que facilita a los emprendedores potenciales a acceder tanto a recursos externos como capital social necesario para crear empresas; por otra parte, la legitimidad permite al empresariado percibir el espacio donde ejecutará sus operaciones como un entorno benevolente y munificente para la actividad empresarial.

Kibler, Kautonen y Fink (2014) efectuaron un estudio en 65 regiones de Austria y Finlandia para determinar si la legitimidad social tiene impacto en el surgimiento de intenciones emprendedoras y su posterior acción, las intenciones fueron modeladas mediante la TPB. Los hallazgos encontrados por los autores sugieren que la legitimidad social cumple un papel condicionante muy importante en la formación del espíritu emprendedor, mientras más perciba la colectividad a la formación de empresas como una actividad legítima desde un enfoque social entonces es mayor la intención de convertirse en empresario; adicional a ello, encontraron que mientras mayor es la aprobación social entonces tienen menos incentivos para buscar aprobación en otras instancias locales. Esto último podría ser una razón muy importante para explicar por qué emprendimientos informales no consideran necesario completar todo un registro dada la aceptación colectiva inicial. Su esfuerzo entonces se reduce a mantener la legitimidad y hacer todo lo necesario para que la misma se conserve en el tiempo para hacer sostenible la iniciativa empresarial informal.

Morris y Liu (2015) caracterizaron a los seres humanos como “animales de manada que para sobrevivir necesitan de la actuación en grupos coordinados” (p. 1279), esto implica que, a diferencia de otras especies, el ser humano desarrolla su mente recogiendo las interacciones entre los miembros que conforman el grupo; de esa manera es posible el desarrollo de patrones de conducta que se adaptan al entorno, en esta adaptabilidad tiene mucha influencia las normas subjetivas. La tendencia del ser humano a emular el prestigio y éxito permite que los grupos puedan funcionar basándose en la autoridad legítima de quien lidera sin necesidad de aplicar mecanismos adicionales de imposición del poder interpersonal y las consecuencias emocionales que pueden derivarse de actos de ese tipo.

Morris et al. (2015) definieron a las normas subjetivas como representaciones abstractas basadas en patrones objetivos las cuales se vuelven referentes tanto para el individuo como para la colectividad. Leung y Morris (2014) clasificaron las normas subjetivas desde su procedencia en: grupos de pares, que son las que proporcionan auto identidad y solidaridad; y de grupos aspiracionales, que preparan a las personas para desempeñar un nuevo rol social. En la práctica la norma subjetiva se cohesiona sobre las dos procedencias debido a que antes de elegir un grupo donde encajar, las personas deben formar valores comunitarios que le permiten la entrada en el grupo de referencia, luego las personas se preparan de forma consciente para liderar el grupo de referencia, siendo un aspecto de gran importancia la percepción del individuo de que existen posibilidades de movilidad ascendente.

El éxito en lograr el liderazgo depende de la capacidad individual para adoptar comportamientos que vayan en la misma dirección de la identidad social del grupo. Los beneficios de adoptar normas subjetivas es que permite desarrollar los mecanismos de coordinación entre los compañeros de grupo así, como es una buena estrategia para evitar los costos de sanción social por si existen desviaciones de la identidad social (Chiu et al., 2010). Esta estrategia de desarrollar conductas a partir de las normas fue presentada por Morris y Liu (2015) como un punto crítico para la supervivencia del grupo debido a que las normas marcan una pauta de colectividad y cooperación; cuando los líderes adoptan algún estilo de comportamiento este se constituye en referencia para los pares promedios y estos replicarán continuamente el estilo hasta que se transforma en un marco de identificación.

Las teorías económicas y sociológicas institucionales tienen como supuesto común que el comportamiento individual no sólo está influenciado por aspectos internos sino también por las reglas y normas informales que provienen del entorno institucional, en palabras de Stenholm, Acs y Wuebker (2013), las normas sociales al no estar sostenidas sobre reglas formales son ese elemento informal que cohesiona el comportamiento de los individuos. Un aspecto muy importante es que las normas sociales no son una representación estática, son manifestaciones que están en construcción permanente dada la acción humana y la evolución cultural de la colectividad las cuales son fuente de influencia y mejora de la interacción social sobre todo porque la norma social no sanciona por mecanismos formales sino



informales, como la legitimidad moral, por ejemplo; esto se debe a la caracterización de no previsible por la evolución social. Rimal y Lapinski (2015) desarrollaron un trabajo en el que revisaron los últimos 10 años de investigación en normas sociales y encontraron que ellas son el resultado de comportamientos impulsivos de parte de quienes las construyen dado que se esperan que generen cambios en el comportamiento de las personas tanto desde las motivaciones internas para hacer lo que consideran correctas dado lo que otros hacen (normas descriptivas) así como las motivaciones de las personas para hacer las cosas que su grupo de influencia considera como correcto (normas cautelares). La interacción de estas dos motivaciones ayuda en la construcción de las motivaciones de lo que deberían esperar que hagan personas de importancia desde la visión del individuo (normas subjetivas) y lo que debería hacerse para encajar en un grupo y tener legitimidad sobre los actos a efectuar (normas individuales).

Kibler y Kautonen (2016) efectuaron un estudio multinivel en 26 países donde se pretendía analizar cómo influye la percepción de legitimidad moral en las intenciones de iniciar un negocio, los resultados que obtuvieron es que las normas morales percibidas junto al entorno socio-cultural influyen en la aparición de nuevas empresas y que por tanto un mecanismo que podrían implementar los gobiernos para aumentar la creación de empresas es trabajar en la creación de un entorno que fomente la aprobación social de la acción empresarial. Fodor, Curșeu y Fleștea (2016) especificaron que el papel de las normas en la iniciación de un negocio tienen un valor muy valioso dado que les provee de información relevante sobre la estructura social a la que están integrados y por tanto los empresarios podrían desarrollar estrategias de negocios que se sustenten en sus contactos para lograr sostenibilidad. Adicionalmente la información recogida sirve de sustento para el manejo de emociones que guían el mantenimiento de la conducta empresarial pese a la existencia de situaciones de riesgo para el éxito del negocio. Kraus, Meier y Niemand (2016) precisamente especificaron que un mecanismo de reducción de riesgo por parte de los emprendedores proviene del reconocimiento del contexto y las posibles externalidades a las que se deben enfrentar, para lo cual es importante el desarrollo de un comportamiento legítimo y aceptado por la comunidad.

Como ya se indicó anteriormente el valor de las normas sociales es la capacidad que tiene para generar expectativas sobre la conducta empresarial y

que por tanto motiva a los individuos a adoptar un determinado comportamiento el cual se manifiesta, según Craft (2013), por una serie de decisiones que se amparan en la ética; lo cual implica: conciencia moral, juicio moral, intención moral y conducta moral. Blay et al. (2016) hicieron énfasis sobre la función de las normas sociales para generar señales e información que permita modelar el comportamiento tanto de las organizaciones como de los individuos en su esfuerzo por minimizar riesgos inherentes al contexto y lograr legitimización y aceptación en sus acciones.

Liñán, Moriano y Jaén (2016) revisaron el efecto de los valores culturales y personales y su relevancia para la formación de intenciones empresariales. En el primer caso se incluyen los patrones de pensar, sentir y actuar que son aprendidos y compartidos por las personas que conviven en un mismo contexto mientras que en la dimensión personal se refieren a los factores de autorrealización y sentimientos de logro y placer que orientan a los individuos a efectuar actividades empresariales. Las motivaciones que provocan la iniciativa empresarial son distintas entre los individuos y dependen de sus valores personales los cuales no necesariamente deben de coincidir con los de la sociedad de convivencia, pero al menos deben de estar sintonizados con lo que otras personas esperan y catalogan como bueno de esa manera logran legitimización y respaldo a su actividad. Como indicaron Kibler y Kautonen (2016), los valores personales suelen estar conectados a los valores colectivos predominantes pues de otra manera no habría forma de que las personas sientan arraigo a grupos ni necesidad de desarrollar relaciones sociales con semejantes.

En el estudio de las intenciones emprendedoras ha primado tradicionalmente un enfoque baso en la teoría de la agencia o problema del agente y principal, en el cual se sugiere que las acciones que debe desarrollar el agente deben conciliar con lo que sea mejor para el principal; para asegurarse esa conducta entonces es necesario precisar un contrato donde se concilie y especifique lo que ambos deberían recibir/entregar para beneficiarse mutuamente de un determinado comportamiento. El riesgo de medir al emprendimiento desde ese enfoque es reducir la intencionalidad empresarial a adoptar un sentido de optimización y racionalidad económica, entonces las acciones se resumen en ejercicios utilitaristas y marginalistas donde el beneficio monetario compensa los costos. No obstante, las fuentes de formación de intenciones no están sustentadas en simples relaciones

marginalistas; como indicó Utami (2017) la unidad base de formación individual son los sentimientos morales y por tanto, las conductas se desarrollan desde un antecedente de percepciones y encaje en un grupo social. La validez de aplicar normas sociales en el estudio de las intenciones empresariales es entender como el individuo incorpora y pondera de mejor forma su preferencia por la equidad, la reciprocidad y la confianza como puntos de partida de la acción empresarial.

### 3.4 RESUMEN DEL CAPÍTULO

A los empresarios informales habitualmente se los ha retratado desde una visión estructuralista donde se los señala como casos marginales de ocupación laboral que pueden desaparecer si se genera un entorno económico con mayores libertades y mayor respeto a la legalidad normativa; incluso instrumentos de amplia utilización para monitorear el emprendimiento en el mundo como el GEM han reducido la intencionalidad empresarial en un dualismo: oportunidad y necesidad. En el primer grupo se caracterizan a personas que movidas por las brechas de mercado captan un segmento no explorado del mismo y forman negocios sostenibles; en el segundo grupo se ubican personas que son empujadas por falta de oportunidades laborales o porque se encuentran en una condición de vulnerabilidad socio económica que les impide ejercer oficios en empresas formales, de ahí que a este grupo se los cataloga como informales. Desde ese enfoque propuesto por GEM se postula entre líneas que el emprendimiento por oportunidad es deseable en oposición al impulsado por necesidad dado que este último no es estable ni persistente en sus gestores debido a que su entrada se debe a situaciones eventuales que pueden mejorar si el entorno cambia.

El categorizar al emprendimiento por oportunidad/necesidad es valioso en la medida que esos sean los únicos iniciadores de actividades empresariales y que a su vez permanezcan estables en el tiempo, sin embargo, lo que se sabe hasta ahora es que la conducta empresarial no sólo se debe a factores de atracción y empuje ya que las causas para desarrollar un comportamiento son variables en el tiempo y entonces debe haber algo más que motive a personas a tomar como una alternativa empresarial lo que hasta ahora se ha sugerido como no necesario para el desarrollo económico de los países. Los primeros estudios realizados para determinar qué es lo que motiva al surgimiento de empresas informales han demostrado que la

necesidad no es precisamente el principal atributo para desarrollar esa conducta sino temas que se han venido dejando sólo para las empresas surgidas de la oportunidad, tales como: ser independiente, ser su propio jefe, mejorar su calidad de vida, etc. Anja (2012) encontró evidencia en mujeres de Malasia para demostrar el origen del emprendimiento informal por fuera de condiciones de exclusión o pobreza y con mayor vinculación a factores motivacionales de mejora del estilo de vida, captura de espacios no explotados por el mercado y lograr independencia en las relaciones laborales.

Short et al. (2010), Williams (2009) y Williams, Rounds y Roger (2009) fueron los primeros en encontrar que el espíritu o intención empresarial tiene un origen común y es la oportunidad, la forma como los individuos la identifican es similar tanto en emprendedores formales e informales pues deben de emplear procesos cognitivos internos para poder reconocer la oportunidad y tomar los factores contextuales para estimar que tipo de recibimiento tendrá la nueva empresa en la colectividad con la que se va a relacionar. En países en desarrollo, los individuos perciben que existe un ambiente de munificencia para desarrollar actividades empresariales informales dadas la característica de cultura colectiva y la fuerza de valores y creencias que configuran la norma subjetiva o social que tiene un mayor peso que la misma norma legal.

La informalidad empresarial como fenómeno no es coyuntural, pese a que los enfoques tratados hasta ahora la sugieren como un producto marginal o un resultado del dualismo del mercado de trabajo o un esfuerzo deliberado de los gestores para evadir impuestos las combinaciones de política económica sugeridas no han sido capaces de reducir su tamaño o desalentar su formación. Mas liberalización económica ha significado, como explicaron Dau y Cuervo-Cazurra (2014), que puestos de trabajo menos cualificados se pierdan y por tanto conducen a esos trabajadores a crear empresas en la informalidad, si bien la liberalización produce mayor dinamismo en el mercado no provocan reducciones significativas en la pobreza no económica, de ahí que los empresarios informales se resisten a dejar sus negocios. Adicionalmente, mayor liberalización conduce a que por la desregulación los empresarios informales aprovechen espacios donde la regulación es ambigua para operar debido a la flexibilidad que otorga el vacío legal para el registro. Por otra parte, más reglamentación y control provoca de la misma forma que quienes trabajen en la informalidad permanezcan ahí aun cuando tengan

riesgos altos de confiscación de sus medios productivos pues no tienen otra fuente estable de trabajo.

Los enfoques sugeridos a reducir costos de registro también han evidenciado que no conducen a firmas informales a registrarse e incluso estimulan a mantenerse en la informalidad pues al encontrar mecanismos flexibles de registro encuentran oportuno seguir operando como lo hacen. A esto hay que sumar que muchas firmas formales trabajan de forma directa o indirecta con las firmas informales en la dotación de productos o servicios que necesitan ellos para sus actividades y por tanto encuentran legitimidad social por dos direcciones: los consumidores que atienden y las empresas formales que les proveen y hacen trato con ellas. Cuando el entorno meso institucional es munificente tanto en clientes y proveedores, los empresarios informales son más reacios a registrarse completamente.

Los aspectos olvidados en el estudio de la informalidad es la determinación del comportamiento en sí, por fuera de explicaciones racionalistas o dualistas que han dominado hasta ahora. Godfrey (2011) indicó que las explicaciones anteriores son fuertes en modelar lo que pasa con las empresas informales cuando ya están creadas, pero no por qué se crearon ahí y por qué se mantienen operando dentro de ese sector. Carsrud y Brännback (2011) fundamentaron a la motivación como el núcleo de toda regulación biológica dado que esta representa la energía, dirección y persistencia para luego desarrollar un comportamiento dado, incluso las emociones de vergüenza configuran un papel importante para evitar el fracaso empresarial, siendo esta una de las principales metas cuando se inicia una empresa.

La agregación de una meta a los motivos tiene un valor fundamental en el emprendedor pues se puede observar con mayor claridad la intención y la forma como las expectativas se van adaptando a medida que el entorno de actuación se va modificando. Este aspecto es el que no se ha considerado de manera específica en el emprendimiento informal al quererlo igualar a la gestión racional y maximizadora de las empresas formales, dejando por fuera aspectos no monetarios como la utilidad social y focal del emprendimiento informal en las personas que lo gestan. Esto es precisamente el tronco del argumento por el que no se puede segregar al emprendimiento por oportunidad y por necesidad ya que ambos motivantes están presentes siempre en la intencionalidad empresarial y evolucionan en el tiempo dependiendo de las experiencias y metas de vida del emprendedor.

La teoría del comportamiento planificado (TPB) postulada por Ajzen, ha sido uno de los referentes teóricos más comunes utilizados para el estudio del comportamiento empresarial; su uso ha permitido poder describir el intento como variable central en el estudio del comportamiento empresarial. El modelo describe como el contexto puede impactar sobre las motivaciones y su aporte con la conducta final. En los estudios donde se ha aplicado, generalmente a estudiantes universitarios o de posgrado en ciencias administrativas o gestores de empresas registradas, se ha encontrado fuerte relación de las actitudes y control conductual percibido en la formación de intenciones y posterior manifestación de comportamientos, pero no se ha tenido un bajo aporte de las normas subjetivas. Esto ocurre según Williams y Lansky (2013) y Shinnar, Giacomini y Janssen (2012) es que las empresas registradas así como los estudiantes formados en ciencias administrativas no encuentran en la legitimidad social un fuerte motivo para desarrollar conductas empresariales, dado que consideran más importante la legitimidad normativa y por tanto una vez cumplida esta no consideran importante la legitimidad social dado que cualquier diferendo lo solucionarán desde las leyes y no desde las sanciones morales.

Pese a esa diferencia en lo que respecta a la expectativa normativa, Anderson, El Harbi y Brahem (2013) consideraron que la escisión entre empresa formal e informal obedece más a un enfoque categórico descriptivo debido a que la clasificación se centra en el registro pero no dice nada con respecto a las prácticas empresariales que hacen. Estos autores consideran que las iniciativas empresariales no se pueden considerar como desventajosa o marginales ya que en su origen ninguna empresa comienza actividades con registros completos, lo hacen en la medida de que el entorno macro y meso institucional genere los incentivos suficientes para hacerlo; las oportunidades de mercado están presentes siempre, independientemente de si la empresa es formal e informal.

La informalidad bien se podría considerar una fase exploratoria previa para poder evaluar las condiciones locales a las que se enfrentará la empresa. Williams y Martínez (2014) demostraron que uno de cada cinco propietarios de negocios iniciaron su actividad de manera informal, esto implica que si se adoptan medidas punitivas con el objetivo de reducir la informalidad lo que se logra es erradicar la cultura empresarial. De ahí que es importante investigar de forma exploratoria las razones que llevan a un empresario a poner en marcha un negocio en el sector informal y a mantenerse en el mismo, las aportaciones teóricas de

un trabajo en ese sentido podría proporcionar mayores elementos de juicio para que los gobiernos puedan formular políticas más eficientes en el tratamiento de la empresariedad informal.

Otro aspecto a considerar en el establecimiento de medidas punitivas es que la informalidad empresarial otorga ventajas de género para empresarias mujeres, esto se debe a que las mujeres suelen enfrentarse a barreras adicionales para iniciar actividades en el sector formal como empresarias o como trabajadoras. Babbitt, Brown y Mazaheri (2015) listaron las siguientes barreras: acceso a créditos, escolaridad y responsabilidades domésticas; las empresas informales se adaptan a necesidades de género debido a que proporcionan flexibilidad en términos de horario y ritmo de trabajo que permite a la emprendedora poder atender sus responsabilidades de hogar dada la proximidad del emprendimiento al hogar.

Como se ha expuesto en esta sección, las actividades empresariales informales no son un fenómeno coyuntural sino estructural, no tienden a desaparecer en el tiempo ni con mayor libertad o institucionalidad económica; la fuente de impulso para los emprendedores informales es la flexibilidad del sector junto a la creación de capital social que provee a su gestor. Durante la última década el sector informal ha pasado de ser despreciado a tener mayor atención de la ciencia debido a que se constituye en la real fuente de iniciativa empresarial e innovación (Lee y Hung, 2014). Welter, Smallbone y Pobol (2015) especificaron que la distinción entre formal e informal no es similar a categorizar entre blanco y negro, sino más bien recae en tonalidades grises dado que toda actividad empresarial inicia con ausencia o parcialidad en el registro; por tanto es importante abandonar posiciones simplistas que reducen la empresariedad en un dualismo y para ello es fundamental definir que impulsa a las personas a operar parcial o totalmente en la informalidad.

## REFERENCIAS DEL CAPÍTULO

Acs, Z., Autio, E., y Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and Policy Implications. *Research Policy*, 43(1), 476–494.

Ahmad, A. (2008). Dead Men Working: Time and Space in London's ('illegal') Migrant Economy. *Work, Employment and Society*, 22(2), 301–318.

Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D., e Isakova, N. (2006). Female Entrepreneurship in Transition Economies: The Case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 12, 631–646.

Anderson, A., El Harbi, S., y Brahem, M. (2013). Enacting Entrepreneurship in 'Informal' Business. *Entrepreneurship and Innovation*, 14(3), 137–149.

Anja, F. (2012). Factors Motivating Women's Informal Micro-entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 65-78.

Antoncic, B., Kregar, T., Singh, G., y DeNoble, A. (2013). The Big Five Personality-Entrepreneurship Relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819-841.

Autio, E., y Fu, K. (2015). Economic and Political Institutions and Entry into Formal and Informal Entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 67-94.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Angulo, M., Pérez, S., y Abad, I. (2017). How Economic Freedom Affects Opportunity and Necessity Entrepreneurship in the OECD Countries. *Journal of Business Research*, 73, 30-37.

Babbitt, L., Brown, D., y Mazaheri, N. (2015). Gender, Entrepreneurship, and the Formal-Informal Dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163-174.

Bacchetta, M., Emst, E., y Bustamante, J. (2009). *Globalization and Informal Jobs in Developing Countries*. International Labour Organisation and World Trade Organisation, Geneva.

Bae, T., Qian, S., Miao, Ch., y Fiet, J. (2014). The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.

Banco Mundial (2014). The Big Business of Small Enterprises. Evaluation of the World Bank Group Experience with Targeted Support to Small and Medium-Size Enterprises. 2006-12. Recuperado de: [http://ieg.worldbank.org/Data/reports/chapters/sme\\_eval1.pdf](http://ieg.worldbank.org/Data/reports/chapters/sme_eval1.pdf)

Banco Mundial (2012). *Ecuador. Las Caras de la Informalidad. Informe No. 67808-EC*. Recuperado de: [http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2013/04/01/000442464\\_20130401121008/Rendered/PDF/678080SPANISH00Box0374379B00PUBLIC0.pdf](http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2013/04/01/000442464_20130401121008/Rendered/PDF/678080SPANISH00Box0374379B00PUBLIC0.pdf)

Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Benjamin, N., y Mbaye, A. (2014). Informality, Growth and Development in Africa. *WIDER Working Paper 2014/052*. Helsinki: UNU-WIDER. Recuperado de: <https://www.wider.unu.edu/publication/informality-growth-and-development-africa>

Bischoff, C., y Wood, G. (2013). Selective Informality: The Self-limiting Growth Choices of Small Businesses in South Africa. *International Labour Review*, 152 (3-4), 493-505.

Blackman, A. (2004). Entrepreneurs: Interralationship between their Characteristics, Values, Expectations Management Practices and SME Performance. (Tesis Doctoral). Griffith University. Recuperado de: <https://www120.secure.griffith.edu.au/rch/file/b3bd624c-22f4-2969-6d75-6959e34c4245/1/02Whole.pdf>

Blay, A., Gooden, E., Mellon, M., y Stevens, D. (2016). The Usefulness of Social Norm Theory in Empirical Business Ethics Research: A Review and Suggestions for Future Research. *Journal of Business Ethics*, (Article not assigned to an issue), 1-16.

Bobek, D., Hageman, A., y Kelliher, C. (2013). Analyzing the Role of Social Norms in Tax Compliance Behavior. *Journal of Business Ethics*, 115(3), 451-468.



Bobek, D. D., Roberts, R. W., & Sweeney, J. T. (2007). The Social Norms of Tax Compliance: Evidence from Australia, Singapore, and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 49–64.

Bruton, G., Filatotchev, I., Si, S., y Wright, M. (2013). Entrepreneurship and Strategy in Emerging Economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7(3), 169-180.

Bruton, G., Khavul S., y Chavez H. (2011). Microlending in Emerging Economies: Building a new line of Inquiry from the Ground up. *Journal of International Business Studies*, 42(5), 718–739.

Bullough, A., Renko, M., y Myatt, T. (2014). Danger Zone Entrepreneurs: The Importance of Resilience and Self-Efficacy for Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), 473-499.

Burke, P., y Reitzes, D. (1981). The Link Between Identity and Role Performance. *Social Psychology Quarterly*, 44(2), 83–92.

Carr, J., Cole, M., Ring, J. y Blettner, D. (2011). A Measure of Variations in Internal Social Capital among Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (6), 1207-1227.

Carsrud, A. y Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What do we still Need to Know?. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.

Chen, N., Ding, G. y Li, W. (2016). Do Negative Role Models Increase Entrepreneurial Intentions? The Moderating Role of Self-Esteem. *Basic and Applied Social Psychology*, 38(6), 337-350.

Chen, M (2006). Rethinking the Informal Economy: Linkages with the Formal Economy and the Formal Regulatory Environment. En B. Guha-Khansnobis, R. Kanbur, & E. Ostrom (Eds.), *Linking the formal and informal economy* (93–120). Oxford, England: Oxford University Press.

Chiu C., Gelfand M., Yamagishi T., Shteynberg G., y Wan C. (2010). Intersubjective Culture: The Role of Intersubjective Perceptions in Cross-cultural Research. *Perspectives on Psychological Science*, 5, 482-493.

Chua, H. y Bedford, O. (2016). A Qualitative Exploration of Fear of Failure and Entrepreneurial Intent in Singapore. *Journal of Career Development*, 43(4), 319-334.

Clercq, D., Honig, B., y Martin, B. (2013). The Roles of Learning Orientation and Passion for Work in the Formation of Entrepreneurial Intention. *International Small Business Journal*, 31(6), 652-676.

Craft, J. (2013). A Review of the Empirical Ethical Decision-Making Literature [Una Revisión de la Literatura Empírica de Toma de Decisiones Éticas]. *Journal of Business Ethics*, 117(2), 221-259.

Dau, L. y Cuervo-Cazurra, A. (2014). To Formalize or Not no Formalize: Entrepreneurship and Pro-market Institutions. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 668-686.

Dawson, C., y Henley, A. (2015). Gender, Risk and Venture Creation Intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(2), 501-515.

Dequech, D. (2009). Institutions, Social Norms, and Decision-Theoretic Norms. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 72(1), 70-78.

De Castro, J., Khavul, S., y Bruton, G. (2014). Shades of Grey: How do Informal Firms Navigate Between Macro and Meso Institutional Environments?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(1), 75-94.

De Soto, H. (1989). The Other Path: The Invisible Revolution in the Third World.. *Journal of Latin American Studies*, 22(2), 403 – 405.

De Soto, H. (2000). *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere else?*. New York, NY, Basic Book.

Dibben, P. y Williams, C. (2012). Varieties of Capitalism and Employment Relations: Informally Dominated Market Economies. *Industrial Relations: A Review of Economy & Society*, 51(1), 563–582.

DiMauro, C., y Musumeci, R. (2011). Linking Risk Aversion and Type of Employment. *Journal of Socio-Economics*, 40(5), 490-495.

Dufwenberg, M., y Lundholm, M. (2001). Social Norms and Moral Hazard. *The Economic Journal*, 111(473), 506-525.

Elgin, C., y Oztunali, O. (2014). Institutions, Informal Economy, and Economy Development. *Emerging Markets Finance and Trade*, 50(4), 145-162.

Estrin, S., y Mickiewicz, T. (2012). Shadow Economy and Entrepreneurial Entry. *Review of Developments Economics*, 16(4), 559-578.

Falloye, A., y Gailly, A. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G., y Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387-414.

Fodor, O., Curșeu, P., y Fleștea, A. (2016). Affective States and Ecological Rationality in Entrepreneurial Decision Making. *Journal of Managerial Psychology*, 31(7), 1182-1197.

Frese, M., y Gielnik, M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413-438.

Fu, X., Mohnen, P., y Zanella, G. (2016). Innovation and Productivity in Formal and Informal Firms in Ghana. 2006-03. Recuperado de: [https://www.oecd.org/sti/052%20-%20Innovation\\_Growth\\_200616.pdf](https://www.oecd.org/sti/052%20-%20Innovation_Growth_200616.pdf)

Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.

Geldhof, G., Weiner, M., Agans, J., Mueller, M., y Lerner, R. (2014). Understanding Entrepreneurial Intent in Late Adolescence: The Role of Intentional Self-Regulation and Innovation. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(1), 81-91.

Gerxhani, K. (2004). The informal Sector in Developed and Less Developed Countries: A Literature Survey. *Public Choice*, 120, 267-300.

Gibbs, S., Mahone, C., y Crump, M. (2014). A Framework for Informal Economy Entry: Socio-spatial, Necessity-Opportunity, and Structural-Based Factors. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 20(2), 33-57.

Goel, R., Saunoris, J., y Zhang, X. (2015). Innovation and underground entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 40(5), 800-820.

Golberg, L. (1990). An Alternative 'Description of Personality': The Big Five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.

Guercini, S. (2014). New Qualitative Research Methodologies in Management. *Management Decision*, 52(4), 662-674.

Hechavarría, D., Silbereisen, R., Cantner, U., y Goethner, M. (2016). Entrepreneurial Self-Identity: Predictors and Effects within the Theory of Planned Behavior Framework. *Journal of Business and Psychology*, 30(4), 773-794.

Hlady-Rispal, M., y Jouison-Laffitte, E. (2014). Qualitative Research Methods and Epistemological Frameworks: A Review of Publication Trends in Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 52(4), 594-614.

Holmes, R., Miller, T., Hitt, M., y Salmador, M. (2013). The Interrelationships among Informal Institutions, Formal Institutions, and Inward Foreign Direct Investment. *Journal of Management*, 39(2), 531-566.

Huck, S., Kübler, D., y Weibull, J. (2012). Social Norms and Economic Incentives in Firms. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 83(2), 173-185.

Huggins, R., y Thompson, P. (2014). Culture, Entrepreneurship and Uneven Development: A Spatial Analysis. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(9-10), 726-752.

Hussmanns, R. (2005). Measuring the Informal Economy: from employment in the informal sector to informal employment. Geneva: ILO Policy Integration Department/ Bureau of Statistics, Working Paper No. 53, ILO.

Irava, W., y Moores, K. (2010). Resources Supporting Entrepreneurial Orientation in Multigenerational Family Firms. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 2(3-4), 222-245.

Jiménez, A., Palmero, C., González, M., González, J., y Jiménez, J. (2015). The Impact of Educational Level on Formal and Informal Entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(3), 204-212.

Karnaukhova, O., (2013). Ethno-cultural Clusters and Informal Entrepreneurship in Russia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in Economy*, 7(4), 340-353.

Kuznetsova, T., (1998). Several Aspects of Research on the Informal Economy in Russia. *Problems of Economic Transition*, 40(11), 21-30.

Ketchen, D., Duane, R., y Webb, J. (2014). Toward a Research Agenda for the Informal Economy: A Survey of the *Strategic Entrepreneurship Journal's* Editorial Board. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 95-100.

Khan, A. y Quaddus, M. (2015). Examining the Influence of Business Environment on socio-economic Performance of Informal Microenterprises. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 35(3-4), 273 – 288.

Kasseeah, H., y Tandrayen, V. (2014). Women in the Informal Sector in Mauritius: A Survival Mode. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 33(8), 750-763.

Kickul, J., Liao, J., Gundry, L. y Iakovleva, T. (2010). Firm Resources, Opportunity Recognition, Entrepreneurial Orientation and Performance: The Case of Russian Women-led Family Businesses. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 12(1), 52-69.

Kibler, E., y Kautonen, T. (2016). The Moral Legitimacy of Entrepreneurs: An Analysis of Early-Stage Entrepreneurship Across 26 Countries. *International Small Business Journal*, 34(1), 34-50.

Kibler, E., Kautonen, T., y Fink, M. (2013). Regional Social Legitimacy of Entrepreneurship: Implications for Entrepreneurial Intention and Start-up Behaviour. *Regional Studies*, 48(6), 995-1015.

Kibler, E. (2013). The Formation of Entrepreneurial Intentions in a Regional Context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3-4), 47-57.

Kraus, S., Meier, F., y Niemand, T. (2016). Experimental Methods in Entrepreneurship Research: The Status Quo. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(6), 958-983.

Krueger, N., Liñán, F., y Nabi, G. (2013). Cultural Values and Entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development An International Journal*, 25(9-10), 703-707.

Laguna, M. (2013). Self-efficacy, Self-esteem, and Entrepreneurship among the Unemployed. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(2), 253-262.

La Porta, R., y Shleifer, A. (2014). Informality and Development. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 109-126.

Lee, C. y Hung, S. (2014). Institutional Entrepreneurship in the Informal Economy: China's Shan-Zhai Mobile Phones. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(1), 16-36.

León, M. (2016). Ecuador, 1990-2014: Crecimiento, Pobreza, Productividad y Cambio Estructural. En Reporte de Pobreza por Consumo Ecuador 2006-2014. Serie Estudios Temáticos-Inec. Recuperado de: <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/693841467993509335/pdf/104300-SPANISH-WP-P151521-PUBLIC.pdf>

Leung K., y Morris M. (2014). Values, schemas, and norms in the culture-behavior nexus: A situated dynamics framework. *Journal of International Business Studies*, 46, 1-23.

Liñán, F., Moriano, J., y Jaén, I. (2016). Individualism and Entrepreneurship: Does the Patterns Depend on the Social Context?. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(6), 760-776.

Liñán, F., y Fayolle, A. (2015). A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.

Lortie, J. y Castrogiovanni, G. (2015). The Theory of Planned Behavior in Entrepreneurship Research: What We Know and Future Directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935-957.

Lumpkin, G., Moss, T., Gras, D., Kato, S., y Amezcua, A. (2013). Entrepreneurial Processes in Social Contexts: How Are They Different, it at All?. *Small Business Economics*, 40(3), 761-783.

Lumpkin, G. y Dess, G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

Mapp, T., y Moore, W. (2014). The Informal Economy and Economic Volatility. *Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies*, 8(1-2), 185-200.

Mathias, B., Lux, S., Russell, T., Autry, C., y Zaretzki, R. (2014). Competing Against the Unknown: The Impact of Enabling and Constraining Institutions on the Informal Economy. *Journal of Business Ethics*, 127(1-2), 251-264.

McCaffrey, M. (2013). On the Theory of Entrepreneurial Incentives and Alertness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4), 891-911.

McEvily, B., Soda, G., y Tortoriello, M. (2014). More Formally: Rediscovering the Missing Link between Formal Organization and Informal Social Structure. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 299-345.

Minniti, M., Bygrave, W., y Autio, E. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Executive Report*. London: London Business School.

Morris, J. y Liu, Z. (2015). Psychological Functions of Subjective Norms: Reference Groups, Moralization, Adherence, and Defiance. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 46(10). 1279-1287.

Morris M., Hong Y., Chiu C., y Liu Z. (2015). Normology: Integrating Insights about Social Norms to Understand Cultural Dynamics. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 129, 1-13.

Morris, J. (2011). Socially Embedded Workers at the Nexus of Diverse Work in Russia: an Ethnography of Blue-collar Informalization. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 31(11-12). 619-631.

Nwabuzor, A. (2005). Corruption and development: new initiatives in economic openness and strengthened rule of law. *Journal of Business Ethics*, 59 (1-2), 121-138.

Neuwirth, R. (2011). *Stealth of nations: The global rise of the informal economy*. NewYork: Random House Digital, Inc.

Obschonka, M., Silbereisen, R., Cantner, U., y Goethner, M. (2015). Entrepreneurial Self-Identity: Predictors and Effects within the Theory of Planned Behavior Framework. *Journal of Business and Psychology*, 30(4), 773-794.

Ojo, S., Nwankwo, S., y Gbadamosi, A (2013). Ethnic entrepreneurship: the myths of informal and illegal enterprises in the UK. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7-8), 587-611.

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2014). Evolución del Empleo Informal en Ecuador: 2009 – 2012. Recuperado de: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_245616.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_245616.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2013a). *Transitioning from the informal to the formal economy*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218128.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218128.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2013b). *La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_222986.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_222986.pdf). ISBN: 978-92-2-327389-7

Organización Internacional del Trabajo (2012). *Statistical Update on Employment in the Informal Economy*. Recuperado de: [http://laborsta.ilo.org/applv8/data/INFORMAL\\_ECONOMY/2012-06-Statistical%20update%20-%20v2.pdf](http://laborsta.ilo.org/applv8/data/INFORMAL_ECONOMY/2012-06-Statistical%20update%20-%20v2.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2011). *Panorama Laboral 2011*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Lima. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_180288.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_180288.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2003). *Informe de la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/meetingdocument/wcms\\_087570.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/meetingdocument/wcms_087570.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (1993). *Décimo Quinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET 15), Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal*. Recuperado de: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/download/res/infsec.pdf>

Overton, W., y Lerner, R. (2012). Relational Developmental System: A Paradigm for Developmental Science in the Postgenomic Era. *Behavioral and Brain Sciences*, 35(5), 375–376.

Packard, G (2007). Do Workers in Chile Choose informal Employment? A Dynamic Analysis of Sector Choice. *World Bank Policy Research Paper No. 4232*. Washington, DC. World Bank.

Parra, L y Sepúlveda, M (2013). La empresariedad informal. En: Un análisis de la relación entre empresariedad informal y la diversificación productiva: América Latina en la última década. Ediciones EAN. Bogotá – Colombia. ISBN: 978-958-756-237-8.

Pisani, M. (2015). Does Informality Impact Formal Sector Firms? A Case Study from Nicaragua. *The Journal of Developing Areas*, 49(2), 317-334.

Pryor, C., Webb, J., Ireland, R., y Ketchen, D. (2015). Toward an Integration of the Behavioral and Cognitive Influences on the Entrepreneurship Process. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(1), 21-42.

Ranis, G., y Stewart, F. (1999). V-Goods and the Role of the Urban Informal Sector in Development. *Economic Development and Cultural Change*, 47(2), 259-288.

Rajiv, R., y Lapinski, M. (2015). A Re-Explication of Social Norms, Ten Years Later. *Communication Theory*, 25(4), 393-409.

Rauch, A., Van Doorn, R., y Hulsink, W. (2014). A Qualitative Approach to Evidence-Based Entrepreneurship: Theoretical Considerations and an Example Involving Business Clusters. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 333-368.

Reinecke, J., Arnold, D., y Palazzo, G. (2016). Qualitative Methods in Business Ethics, Corporate Responsibility, and Sustainability Research. *Business Ethics Quarterly*, 26(4), 13-22.

Rosenbusch, N., Rauch, A., y Bausch, A. (2013). The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation in the task Environment-performance Relationship a Meta-analysis. *Journal of Management*, 39(3), 633-659.

Schlaegel, C., y Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.

Schneider, F. (2013). *Size and Development of the Shadow Economy of 31 European and five other OECD Countries from 2003 to 2013: A Further Decline*. Linz, Johannes Kepler University. Disponible en: [http://www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications/2013/ShadEcEurope31\\_Jan2013.pdf](http://www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications/2013/ShadEcEurope31_Jan2013.pdf).

Schneider, F. (2012). The Shadow Economy and Work in the Shadow: What Do We (Not) Know?. *Discussion Paper Series No 6423*. Institute for the Study of Labour (IZA), Germany, March.

Schneider, F., Buehn, A. y Montenegro, C. (2010). Shadow economies all over the world. *Policy Research Working Paper No. 5356*. World Bank, Washington, DC.

Schneider, F y Enste, D. (2000). Shadow Economics: Size, Causes and Consequences. *Journal of Economic Literature*, 28, 77-114.

Scott, W. (1995). *Institution and Organizations*. Sage, Thousand Oaks, CA.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Short, J., Ketchen, D., Shook, C., y Duane, R. (2010). The Concept of “Opportunity” in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65.

Shinnar, R., Giacomini, O., y Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493.

Siqueira, A., Webb, J., y Bruton, G. (2016). Informal entrepreneurship and industry conditions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 177-200.

Siu, W., y Lo, E., (2013). Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 147-173.

Slavnic, Z. (2010). Political economy of informalization. *European Societies*, 12(1), 3–23.

Slavtchev, V., Laspita, S., y Patzelt, H. (2012). Effects of Entrepreneurship Education at Universities. *Jena Economic Research Papers*, 25, 1–33.

Slonimski, A., Slonimskaya, M., Linchevskaya, O., y Pobol, A. (2009). Transborder Co-Operation of Inhabitants and Entrepreneurs in Western Regions of Belarus- En *Between Europe and Russia: Problems of Development and Transborder Co-Operation in NorthEastern Borderland of the European Union*. Edited by Aranka Ignasiak-Szulc and Wojciech Kosiedowski. (249–262). Torun: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu M. Kopernika.



Smallbone, D., y Welter, F. (2012). Cross-border Entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(3-4), 95-104.

Stenholm, P., Acs, Z., y Wuebker, R. (2013). Exploring Country-Level Institutional Arrangements on the Rate and Type of Entrepreneurial Activity. *Journal of Business Venturing*, 28(1), 176-193.

Taiwo, O. (2013). Employment choice and mobility in multi-sector labour markets: Theoretical model and evidence from Ghana. *International Labour Review*, 152(3-4), 469-492.

Thanh, M. y Turkina, E. (2014). Macro-level Determinants of Formal Entrepreneurship versus Informal Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 490-510.

Trongmateerut, P., y Sweeney, J. (2013). The influences of Subjective Norms on Whistle-Blowing: A Cross-Cultural Investigation. *Journal of Business Ethics*, 112(3), 437-451.

Uddin, M., y Bose, T. (2012). Determinants of Entrepreneurial Intention of Business Students in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 7(24), 128-137.

Utami, C. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies*, 20(2), 475-495.

Van Burg, E., y Romme, A. (2014). Creating the Future Together: Toward a Framework for Research Synthesis in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 369-397.

Viswanathan, M., Echambadi, R., Venugopal, S., y Sridharan, S. (2014). Subsistence Entrepreneurship, Value Creation, and Community Exchange Systems: A Social Capital Explanation. *Journal of Macromarketing*, 34(2), 213-226.

Walker, J., Jeger, M., y Kopecki, D. (2013). The Role of Perceived Abilities, Subjective Norm and Intentions in Entrepreneurial Activity. *The Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 181-202.

Webb, J., Duane, R., y Ketchen, D (2014). Toward a Greater Understanding of Entrepreneurship and Strategy in the Informal Economy. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 1-15.

Welter, F., Smallbone, D., y Pobol, A. (2015). Entrepreneurial activity in the informal economy: a missing piece of the entrepreneurship jigsaw puzzle. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(5-6), 292-306.

Williams, C., y Horodnic, I. (2017). Who Participates in Undeclared Work in the European Union? Toward a Reinforced Marginalization Perspective. *International Journal of Sociology*, 47(2), 99-115.

Williams, C., Martínez-Pérez, A., y Kedir, A. (2016). Informal Entrepreneurship in Developing Economies: The Impact of Starting Up Unregistered on Firm Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, August(2016), 1-27.

Williams, C., y Shahid, M. (2016). Informal Entrepreneurship and Institutional Theory: Explaining the Varying Degrees of (In)formalization of Entrepreneurs in Pakistan. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(1-2), 1-25.



Williams, C. (2015a). Explaining Cross-national Variations in the Commonality of Informal Sector Entrepreneurship: An Exploratory Analysis of 38 Emerging Economies. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 27(2), 191-212.

Williams, C. (2015b). Tackling Entrepreneurship in the Informal Sector: An Overview of the Policy Options, Approaches and Measures. *Journal of Development Entrepreneurship*, 20(1), 1-21.

Williams, C., y Horodnic, I. (2015). Who Participates in the Undeclared Economy in South-Eastern Europe? An Evaluation of the Marginalization Thesis. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 13(2), 157-175.

Williams, C., y Youssef, Y. (2015). Theorising Entrepreneurship in the Informal Sector in Urban Brazil: A Product of Exit or Exclusion?. *The Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 148-168.

Williams, C., y Martínez, A. (2014). Entrepreneurship in the Informal Economy A Product of too Much or too Little State Intervention?. *Entrepreneurship and Innovation*, 15(4), 227-237.

Williams, C., y Lansky, M. (2013). Informal Employment in Developed and Developing Economies: Perspectives and Policy Responses. *International Labour Review*, 152(3-4), 355-380.

Williams, C., y Nadin, S. (2012). Tackling Entrepreneurship in the Informal Economy: Evaluating the Policy Options. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 1(2), 111-124.

Williams, C., y Nadin, S. (2011). Theorising the Hidden Enterprise Culture: The Nature of Entrepreneurship in the Shadow Economy. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 14(3), 334-348.

Williams, C. (2009). Informal Entrepreneurship and Their Motives: A Gender Perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3), 219-225.

Williams, C., Round, J., y Rodgers, P. (2006). Beyond Necessity and Opportunity-Driven Entrepreneurship: Some Case Study Evidence from Ukraine. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 18(2), 22-34.

Williams, C., y Windebank, J. (1998) *Informal Employment in the Advanced Economies*. London: Routledge.

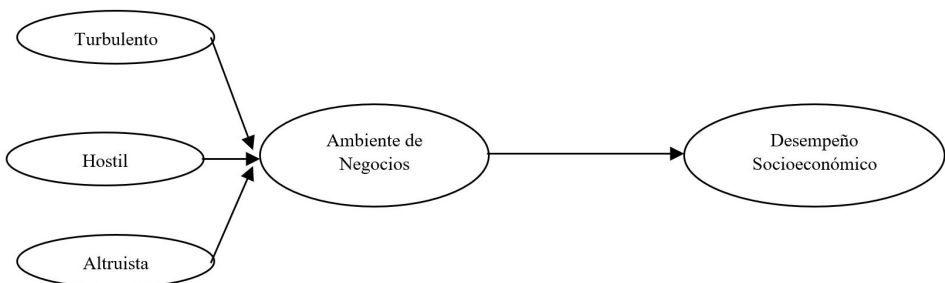
# CAPÍTULO 4

## MACROENTORNO DE NEGOCIOS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR INFORMAL EN GUAYAQUIL, ECUADOR

### 4.1 INTRODUCCIÓN

Este ensayo busca hacer una aplicación del modelo teórico que Khan y Quaddus (2015) propusieron para analizar la relación entre el ambiente de negocios y el desempeño socioeconómico en microempresas del sector informal de Khulna, Bangladesh. La importancia de replicar un estudio de este tipo en otros países es señalada por los autores debido a que el ambiente de negocios se percibe de maneras diferentes, dependiendo de los valores culturales de la locación y por tanto podrían no tener el mismo nivel de influencia o relación. El trabajo permitirá efectuar una triangulación cultural de los resultados de Guayaquil, Ecuador con los obtenidos en Khulna, Bangladesh. En la figura 2 se muestra el modelo teórico que se desarrollará en esta investigación.

Figura 2. Modelo Teórico.



Nota. Khan y Quaddus (2015)

El ambiente de negocios se refiere al entorno donde las microempresas del sector informal desarrollan sus actividades (Ključnikov et al., 2016), este entorno determina cómo será la marcha de un negocio a partir de como el entorno influye

sobre la planificación y decisiones a tomar. De acuerdo a Khan y Quaddus (2015), el ambiente de negocios puede ser: (a) Turbulento, (b) Hostil y (c) Altruista.

Un entorno turbulento se refiere a una situación de alta inestabilidad y continuos cambios en las tendencias del mercado, así como en las innovaciones industriales. Debido a ese elevado nivel de variación, las preferencias de los consumidores, así como las prácticas que tomarán los competidores se vuelven impredecibles afectando de esa manera al aprovechamiento y durabilidad de las oportunidades para hacer negocios. Esto afecta en mayor medida a empresas de tamaño micro debido a la capacidad de respuesta que pueden desarrollar ante el riesgo de mercado.

El entorno hostil hace relación a un contexto que contiene menos oportunidades y mayor competitividad que un ambiente altruista. Algunos trabajos previos como Welsh, Kaciak y Sgamah (2018) y Hosseini, Dadfar y Brege (2018) señalaron que la hostilidad puede ser una buena alternativa para el desarrollo del espíritu empresarial en micro y pequeñas empresas. Un ambiente hostil suele ser lo suficientemente ambiguo como para dotar de algo de certidumbre a los iniciadores de microempresas para tener un conocimiento sobre un posible marco de acción de las instituciones pro mercado e informal como respuesta a las actividades empresariales que se desarrollan.

Entorno altruista se refiere a la situación donde la generosidad, la bondad y la capacidad de sostenimiento son la caracterización de los actores de la sociedad para estimular el funcionamiento de las partes (Bacq et al., 2016). Es decir, se tiene un ambiente donde la colaboración es mejor valorada a la competencia y por tanto se tienen un entorno más estable para planificar y desarrollar estrategias de negocio, siempre que estas no violenten los códigos de conducta social de la comunidad.

Finalmente, el desempeño socioeconómico de las microempresas se refiere a la medición de resultados de una microempresa tanto desde un enfoque económico tradicional como desde indicadores sociales que muestren la efectividad del emprendimiento. Khan y Quaddus (2015) y Sherpherd y Patzelt (2011) consideraron que las microempresas del sector informal no pueden ser evaluadas exclusivamente desde la generación de beneficios como ocurre con las empresas pequeñas, medianas y grandes que operan en la formalidad. En las unidades de producción micro del sector informal, la formación de estas unidades de negocio es

una oportunidad para quien la constituye de escapar de condiciones de exclusión laboral y pobreza, así como de generar empoderamiento y reconocimiento social. Esto implica que, pese al reducido tamaño de un micronegocio, el aporte que estos generan es determinante para mejorar la calidad de vida del emprendedor.

En ese sentido López et al., (2017) encontraron que el paradigma socioeconómico es el que mejor comporta para la evaluación de desempeño de las actividades empresariales en el sector informal. Una evaluación del desempeño socioeconómico reconoce que la función principal de la microempresa es la generación de beneficio, tal como ocurre en una empresa del sector formal; sin embargo, la diferenciación ocurre luego cuando este beneficio tiene que ser distribuido. En las empresas del sector formal generalmente se reparte el beneficio en función de la propiedad de acciones, mientras que en la microempresa del sector informal el beneficio es igualitario para los socios e incluso si esta unidad empresarial es surgida completamente como familiar, las ganancias se van asignando en función de las necesidades del grupo familiar tenedor.

Este ensayo sigue una metodología cuantitativa, desarrollando estrategias de análisis descriptivo y correlacional para el tratamiento de los datos a levantar, así como para la identificación de relaciones entre los constructos y sus variables latentes. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) la metodología cuantitativa usa como recurso la recolección de datos para la comprobación de una hipótesis, basado en un análisis estadístico y la medición de indicadores numéricos que determinan la existencia de patrones y por tanto se puede fundamentar modelos teóricos como válidos.

La estrategia descriptiva aplicada en esta memoria permitió la determinación de características relacionadas con la actividad microempresarial en el sector informal, por tanto, dota de elementos para generar categorías y rasgos que representen de forma apropiada a los grupos que desarrollan ese tipo de actividad empresarial. Por otra parte, el sentido correlacional permite cuantificar la intensidad y sentido de la influencia de las variables latentes con sus constructos y entre variables latentes. En este trabajo se ha identificado dos variables latentes: Ambiente de Negocios y Desempeño Socioeconómico. A su vez el Ambiente de Negocios se mide a través de tres constructos: Turbulencia, Hostilidad y Altruismo.

Para el desarrollo de este trabajo se ha levantado una muestra de 386 microempresas que operan en el sector informal. La misma que fue tomada aplicando el criterio de bola de nieve debido a que una de las características de las unidades microempresariales de la informalidad es el no estar declarados en un registro de manera que se pueda tener una caracterización de cuántas son y definir una muestra de tamaño finito. La técnica de bola de nieve se aplica bajo el supuesto de que las unidades muestrales interactúan en una red social dado que por sus características son de difícil acceso. En este trabajo, se inició el contacto con individuos conocidos que operan con registro parcial; a partir del primer contacto se procedió a requerirles datos de otras personas de su entorno que sean conocidos y que tengan interés de participar en el estudio, luego de ello se levantó la siguiente unidad muestral. Este proceso se realizó una y otra vez hasta completar el tamaño muestral definido de 386. La estimación del número de unidades muestrales fue efectuada asumiendo un tamaño infinito y castigando con los máximos niveles de error estadístico para de esa manera asegurar la representatividad de los resultados.

Las unidades microempresariales que fueron seleccionados dentro de la muestra tenían como actividad de negocio servicios de alimentación (comida típica, comida rápida) y comercio minorista. La inclusión de estas unidades muestrales fue determinante para poder aproximarse al concepto de Welter, Smallbone y Pobol relacionado a las prácticas empresariales en el sector informal, en el sentido de que estas microempresas suelen cumplir los requisitos más básicos para evitar ser sancionados con el cierre por los organismos de control de Ecuador. Estas microempresas se encuentran ubicadas en la zona norte y sur de Guayaquil. Se tomaron en esas locaciones dado que en ambas ubicaciones se encuentra la mayor parte de la población de esta ciudad, y son sede de la mayor cantidad de estas unidades de producción de acuerdo con Talledo y Solórzano (2013). Por otra parte, de acuerdo con el INEC (2017) las microempresas dedicadas a las actividades de servicios y comercio minorista representan la mayor concentración por actividad económica: 40.59% y 36.62%, respectivamente. De manera que el análisis de la actividad microempresarial en el sector informal a partir del giro de negocios incluidos en la muestra es representativo dado que caracteriza de forma apropiada los sectores de formación y actuación de esas unidades de producción.

Por otra parte, para hacer una definición del contexto de Ecuador y de Guayaquil relacionado con la micro empresarialidad informal, se ha empleado datos de fuente secundaria que proviene de instituciones oficiales nacionales como internaciones; tales como: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y Organización Internacional del Trabajo.

Este ensayo se encuentra estructurado en cuatro secciones. En esta primera parte se ha hecho una fundamentación de la situación problemática, el objeto de estudio y se ha hecho una breve introducción al marco teórico y metodológico que se empleará para el análisis del objeto. La segunda sección hace una breve revisión del estado del arte sobre la empresarialidad en el sector informal, sus motivaciones y la necesidad de un indicador de desempeño socioeconómico como índice de evaluación de la actividad de la microempresa del sector informal. La tercera sección presenta al detalle la metodología, métodos e instrumento empleado; presenta las hipótesis y explica el proceso analítico empleado en el tratamiento del objeto de estudio, adicionalmente se efectúa una triangulación entre el trabajo seminal que motiva este artículo y la cultura nacional. Finalmente, se presentan las conclusiones del trabajo, limitaciones y futuras líneas de investigación.

## 4.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y CONTEXTUALES

El estudio de las actividades empresariales en el sector informal es un área de investigación que ha venido cobrando interés específicamente en países en desarrollo, debido a que una buena parte de las fuentes de generación de empleo provienen de actividades informales (Williams, Martínez-Pérez y Keddar, 2016). Se ha demostrado que la iniciativa empresarial informal se basa en la detección y captura de oportunidades en el mercado y por tanto no se motiva puramente por la necesidad (Williams y Horodnic, 2017; Williams y Shahid, 2016; Williams y Nadin, 2012 y Williams, 2009). Sin embargo, dado que esta iniciativa empresarial ocurre por fuera del marco legal vigente es de esperarse que la legitimización de esas prácticas se sostenga en la institucionalidad informal y en los beneficios que se espera recoger como resultado de la actividad empresarial (Wang, Thornhill y De Castro, 2017).

Medina y Schneider (2017) consideran que la empresarialidad informal es posible en entornos donde hay mayor apego a las instituciones meso debido

a que la sociedad tiende a legitimar como deseables sus operaciones antes que estas mismas personas vayan a estar inmersas en prácticas delincuenciales. Esta expectativa de resultados favorable hacia el inicio de un negocio en el sector informal llevaría al emprendedor a decidir mantener su empresa en ese sector. La expectativa de resultados podría explicar el por qué aún ante entornos de desregulación o periodos de crecimiento económico la informalidad persiste (Ghosh, 2017; Slack et al, 2017). Un ejemplo de ese comportamiento lo recopiló OIT (2013b) en América Latina y el Caribe, donde pese a que el PIB experimentó un crecimiento promedio anual real de 3.5% entre 2000 y 2012, el trabajo informal disminuyó apenas de 49.7% a 47.7%.

Sin embargo, una corriente creciente de trabajos cuantitativos relacionados con el emprendimiento en el sector informal ha optado por utilizar un gran colectivo de microempresas que operan en ese sector como mecanismo de validación de los resultados. Generalmente se toman mano de estrategias no probabilísticas de muestreo para la selección de unidades muestrales y a continuación se contrastan con modelos teóricos aplicados en diferentes países. A continuación, se triangulan los resultados de la localidad estudiada con su precedente internacional y mediante la detección de correlaciones entre los trabajos se logra reducir las limitaciones metodológicas indicadas anteriormente.

En este capítulo se hace un posicionamiento teórico con respecto al emprendimiento informal, sus motivaciones y la importancia del ambiente de negocios como detonante de los resultados socioeconómicos que tienen las microempresas que operan en el sector informal. Adicionalmente, se efectúa una aproximación contextual sobre las actividades empresariales informales en Ecuador y particularmente en Guayaquil.

#### 4.2.1 EL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR INFORMAL

Lumpkin et al (2013) trabajaron sobre ese enfoque propuesto dado el enfoque social de los emprendimientos informales y su concentración en buscar el desarrollo comunitario antes que la acumulación de riquezas; por otra parte, el emprendimiento informal tiene como iniciador la solución de problemas sociales como inclusividad laboral de poblaciones marginadas por temas étnicos o demográficos y por tanto su beneficio es la solución de dicha problemática. En

su trabajo estos autores encontraron que los emprendimientos informales crean valor social para sus tenedores y para la colectividad que atienden sobre todo en el papel que cumple la función empresarial para la sostenibilidad en la solución del problema. Sin embargo, esto condiciona a la empresa informal a asumir mayores riesgos con respecto a sus pares formales dado que deben de sortear mayores limitaciones en la gestión de recursos para la supervivencia de la organización; así como deben de luchar con un contexto de competencia agresiva para responder a las decisiones estratégicas de competidores en su esfuerzo por posicionar el negocio. No obstante, una manera que han encontrado las empresas informales es la cooperación con otras instituciones e incluso con empresas formales para de esa manera mitigar el riesgo de operación.

Viswanathan et al (2014) demostraron que esa imposibilidad de que se conecte la nueva institucionalidad con una reducción de las intenciones emprendedoras en la informalidad es una consecuencia de los intercambios sociales que se generan entre empresario informal y sus clientes. En el estudio que efectuaron en India notaron que esa red de intercambio le permite al empresario informal desarrollar una relación interpersonal con sus clientes y a la empresa informal le permite generar vínculos afectivos con esos clientes; la existencia de esos compromisos sociales da sostenibilidad a la actividad informal y le significa a la comunidad la construcción de valor económico y social pues por un lado encuentra en una organización el medio para satisfacer sus necesidades y por otro lado se sienten incluidos en el contexto empresarial.

De ahí que autores como Anderson, El Harbi y Brahem (2013) consideraron que la escisión entre empresa formal e informal obedece más a un enfoque categórico descriptivo debido a que la clasificación se centra en el registro pero no dice nada con respecto a las prácticas empresariales que hacen. Estos autores consideran que las iniciativas empresariales no se pueden considerar como desventajosa o marginales ya que en su origen ninguna empresa comienza actividades con registros completos, lo hacen en la medida de que el entorno macro y meso institucional genere los incentivos suficientes para hacerlo; las oportunidades de mercado están presentes siempre, independientemente de si la empresa es formal e informal.

Utilizar el caso ecuatoriano para expandir el conocimiento sobre los empresarios informales es apropiado dado que según *The Socio-Economic*



*Database for Latin American and the Caribbean* (SEDLAC) elaborado por la Universidad Nacional de la Plata y el Banco Mundial, Ecuador presentó a 2012 niveles de informalidad superiores al porcentaje promedio de América Latina – 50% versus 47%, lo cual ubica al país en el grupo de mayor dependencia en las relaciones laborales informales en la región, adicional a ello, durante los últimos años se han desplegado una serie de reformas tendientes a reducir los costos de registro y operación en la formalidad, como lo sugiere el enfoque legalista o neoliberal, sin tener mayor efecto en la reducción de la tasa de informalidad.

Un elemento adicional para considerar en el análisis de la informalidad empresarial es la cultura nacional. Como explicaron López et al (2017), los incentivos de crear estas unidades empresariales vienen dados por la oportunidad de capturar oportunidades de mercado que se generan en el entorno pero que no pueden aprovecharse con una estructura formal debido a la regulación en términos de contratación o tributación. Los fallos de los contratos o tributación están dados porque las labores de estas microempresas suelen ser discontinuas o no necesitan de una jornada convencional de trabajo para ofrecer los productos o servicios dado que la oportunidad surge para unas cuantas horas del día. Adicionalmente, una estructura empresarial informal al estar protegida por la legitimidad social de su operación suele permitir a su tenedor cumplir con sus roles sociales en la familia (desde un enfoque de género y social) o asegurar un nivel máximo de beneficio (desde un enfoque de desempeño económico), umbral que una vez alcanzado no motiva a la microempresa ir por más. De ahí que por esta conducta generalmente se señalan al sector informal como un sector de subsistencia, categorización que es errónea debido a que las preferencias de reconocimiento y ganancia no siguen un esquema tradicional en el sentido de Arrow sino en el sentido de Kropotkin.

#### 4.2.2 EL CONTEXTO ECUATORIANO DE LAS ACTIVIDADES MICROEMPRESARIALES DEL SECTOR INFORMAL

Según el Banco Mundial (2012) existe una visión de género en lo que respecta a la propiedad de micro y pequeñas empresas que operan en la informalidad. En los sectores de construcción y manufactura los hombres representan entre el 53% al 97% de propiedad, respectivamente. Las mujeres en cambio predominan

en el sector textil, servicio de alimentación y comercialización de productos al por menor, representando entre el 58% al 62% de propiedad, respectivamente. Por otro lado, el perfil educativo de los microempresarios muestra que más de la mitad no ha terminado la educación secundaria y cerca del 7% tiene estudios superiores. En ese sentido, las unidades de producción microempresarial tienen como rasgo distintivo que quien las lidera son personas con pocos niveles de educación formal; por tanto, la gestión y conocimiento de las operaciones y el mercado está más asociado al empirismo que al dominio de habilidades técnicas para la toma de decisiones.

De acuerdo con el *Estudio de Microempresas del Ecuador* (EMES) preparado por el Banco Mundial (2011), la gran mayoría de microempresarios valora la independencia y flexibilidad de tener un negocio propio. La opción de convertirse en su *propio jefe* es una elección que los microempresarios toman por propia voluntad y no por mejores alternativas; de hecho, las razones que más apoyo tuvieron en la idea de *propio jefe* fueron “es mejor ser el jefe de uno mismo y no depender de otros” y “la posibilidad de cuidar a los niños/padres mientras se trabaja”. Esta visión muestra que quienes inician microempresas lo hacen para capturar oportunidades de mercado y no por temas de exclusión laboral o necesidad como tradicionalmente se creía. Adicionalmente, en la estructuración de grupos focales de ese estudio, los participantes respondieron que la flexibilidad laboral es una característica ampliamente valorada en los iniciadores de microempresas particularmente en mujeres, quienes pueden desarrollar a la par sus responsabilidades familiares.

Otro hallazgo de la EMES fue que la tasa de supervivencia de las microempresas en Ecuador es superior que el conjunto de países de la OCDE. Mientras que el 20% de las microempresas en Ecuador tienen al menos dos años de antigüedad, en la OCDE entre un 20% y 40% de las microempresas fracasan antes de los dos años. Sin embargo, el crecimiento de las microempresas es bajo y los incrementos en venta generalmente no se trasladan en mayor contratación. La EMES reveló que apenas un empleado nuevo es contratado en una microempresa cada cuatro años en negocios con una nómina de 5 empleados; en el caso de las unidades micro que superan los 10 trabajadores en cambio la tendencia es a reducir el tamaño de la plantilla. Sin embargo, este crecimiento lento de la contratación no

necesariamente implica una pérdida de productividad, pero si supone la presencia de incapacidad de absorber crecimientos súbitos en la demanda del mercado. De manera que su problema se traslada a la poca posibilidad de generar economías de escala que pueda volver versátil la asignación de recursos productivos ante un determinado nivel de producción.

En cuanto al volumen de ingresos de micro y pequeñas empresas, la EMES develó que estas unidades generan \$ 55 mil anuales en ventas brutas en promedio; no obstante, el 50% de este tipo de empresas generan entre \$ 5,800 y \$ 34,000 en ventas anuales, lo cual denota que hay una gran volatilidad en su captación de ingresos. En la comparación que se hace de esa cifra de ventas con la canasta básica de consumo se encuentra que los ingresos de venta son suficientes para superar el umbral de cobertura de necesidades básicas de los propietarios y sus familias. Sin embargo, dado los efectos sociales de libertad y cumplimiento de obligaciones familiares se puede esperar que el resultado económico no sea el principal criterio de decisión de continuación sobre la marcha de la microempresa.

Con respecto al ciclo económico OIT (2014) encontró que este no ha contribuido significativamente a la reducción de la informalidad. Pese a que durante la primera década del nuevo milenio Ecuador gozó de altos precios internacionales del petróleo y llevo a un crecimiento sostenido del PIB esto no se tradujo en una reducción de los incentivos a crear nuevas microempresas en la informalidad. Contradiendo de esa manera a la visión clásica de que más crecimiento del PIB trae como consecuencia un abandono de la empresarialidad micro y pequeña. Adicionalmente habría que considerar los efectos nulos de la aplicación de medidas de política pública<sup>1</sup> que tendieron a simplificar y reducir costos de registro que estimulen a nuevas micro y pequeñas empresas se creen en la formalidad y no en la informalidad.

#### 4.2.3 LAS DIMENSIONES CULTURALES DE HOFSTEDE

Hofstede (1980) fue uno de los primeros en proponer que la cultura nacional suele ser invariante en el tiempo, de ahí que las construcciones mentales que se

---

<sup>1</sup> Se recoge en este grupo: El establecimiento del Régimen Impositivo Simplificado de Ecuador (RISE), Afiliación al IESS voluntaria y ampliación de beneficiarios, Homologaciones en las condiciones de trabajo doméstico, Incremento de las inspecciones y controles a empresas, entre otros.

hacen sobre valores, forma de pensar y actuar suelen dominar la programación psicológica de las personas de manera que sus acciones se vuelven un reflejo de esas construcciones y luego se convierten en estereotipos sobre los cuales se caracteriza a grupos poblacionales. El demostró que la cultura nacional supera incluso a la cultura organizacional en el sentido de que lo nacional suele agrupar un conjunto complejo de simbología, rituales y valores que se transmiten entre los habitantes, así como la existencia de un gobierno que habitualmente busca reforzar esa orientación cívica con el objeto de mantener alineados a los habitantes hacia la realidad del país. Hofstede (2011) descubrió que existen seis dimensiones en las que puede evaluarse el desarrollo de la cultura nacional. Esas dimensiones tienen dos polos de oscilación que permite conocer hacia donde se orienta en mayor medida la conducta social de los países. Los polos se miden en escala de 0 a 100 y se describen a continuación.

#### 4.2.3.1 Distancia vs Cercanía de Poder

Se refiere a cómo percibe la sociedad que está dividido el poder, es decir, si existe desigualdad o igualdad en la forma como las instituciones tratan a sus ciudadanos o como jerarquizan a los grupos sociales. Un valor cercano a 0 implica que las personas perciben un equilibrio en las relaciones de poder y que este se administra de forma democrática. Un valor cercano a 100 implica lo contrario, las personas reconocen que la sociedad está organizada por jerarquías y que la exigencia de derechos está supeditada al lugar que ocupan dentro de las jerarquías formales.

#### 4.2.3.2 Individualismo vs Colectivismo

Hace relación a la existencia o no de cohesión social en lo que respecta a la forma de actuación frente a los objetivos sociales. Una calificación cercana a 0 implica que las personas tienden actuar de forma individualista, lo cual significa que se otorga más importancia a los objetivos personales. Una calificación cercana a 100 especifica que las personas actúan de forma colectivista, siendo una característica fundamental el dar más importancia a los objetivos del grupo debido a que una mejora colectiva llevará a un mejor beneficio individual.

#### 4.2.3.3 Masculinidad vs Feminidad

En este polo se evalúa la predominancia de valores en el comportamiento de la sociedad que se han asignado tradicionalmente al género masculino: ambición, competencia, poder, materialismo; frente a las del género femenino: énfasis en relaciones humanas, colaboración, bienestar social, etc. Una calificación cercana a 0 implica que los principales valores de conducta son femeninos mientras que una calificación cercana a 100 que la orientación es a la masculinidad.

#### 4.2.3.4 Aversión a la incertidumbre: Rígido vs Flexible

Este polo mide como maneja la sociedad la incertidumbre del futuro, en particular cómo afronta los procesos de cambio. Una calificación cercana a 0 implica que las personas tienden a manejar de forma positiva los cambios, suelen ser más flexibles y su mentalidad está dispuesta a manejar de mejor forma lo impredecible. Una calificación cercana a 100 significa que la cultura suele ser no resiliente al cambio, por tanto, su manera de actuar frente a lo incierto es mediante el establecimiento de normas o reglas estrictas con la esperanza de dotar de mayor certeza a los eventos inesperados; aun cuando reconocen que la fijación de reglas no necesariamente atenúa la variabilidad del cambio.

#### 4.2.3.5 Orientación: Corto plazo vs Largo plazo

Esta dimensión hace relación a la concepción de durabilidad en el tiempo que tiene una cultura para el grupo social. Una orientación de corto plazo (calificación cercana a 0) significa que las personas tienen un mayor apego a la tradición y prefieren la transmisión y conservación de los valores tradicionales dado que consideran al tiempo como una función elíptica en donde no es posible reproducir otros elementos que actualicen la cultura grupal. Una orientación de largo plazo (calificación cercana a 100 en cambio implica que las personas reconocen que en el futuro los valores pueden ser cambiados y por tanto debe de centrarse la capacidad de acción en cuán preparado se encuentra el grupo social para asumir nuevos roles culturales.

#### 4.2.3.6 Indulgencia vs Restricción

Este polo se refiere a la habilidad de satisfacer inmediatamente los deseos de los integrantes del grupo. Un valor cercano a 0 implica que la cultura se orienta a

satisfacer los deseos una vez que aparecen en los individuos que forman parte del grupo social. Un valor cercano a 100 implica que los individuos prefieren postergar la satisfacción de los deseos propios debido al temor de que estos no se estén alineando a los valores culturales del grupo de pertenencia.

Como se puede apreciar, las dimensiones culturales representan de manera apropiada la manera como los individuos de un país actúan frente a los estímulos que reciben en el Macroambiente. Por tanto, un estudio que pretenda relacionar ese constructo con otros indicadores cuantitativos de medición de desempeño debe de considerar un apartado de discusión de resultados con la configuración cultural del país.

### 4.3 PLANTEAMIENTOS METODOLÓGICOS

Este trabajo emplea la metodología cuantitativa. Del Canto y Silva (2013) explicaron que las investigaciones cuantitativas buscan la confrontación de la realidad mediante métodos formales y sustantivos, esto implica que para la validación de las propuestas de estudio debe existir un criterio racional sobre las relaciones de las variables de estudio con el objeto observado. La investigación cuantitativa procura la objetividad en el análisis de los datos para lograr una representación reflexiva del conocimiento científico, de esta manera se puede entender las relaciones causales sin existir intervención directa del investigador. El atributo sustancial de la investigación cuantitativa es el proceso riguroso desde la detección de una situación problemática, formulación de instrumentos de recogida de investigación, uso de la lógica para el análisis de datos e instrumentación de la inferencia estadística como mecanismo de contrastación de hipótesis que permita la valoración de los datos.

Los métodos que se han empleado en este trabajo son el descriptivo y el correlacional. El método descriptivo (Hernández et al., 2018) es empleado para el recogimiento, organización, resumen, presentación y análisis de información para contextualizar un objeto de estudio, de manera que se pueda tener una idea clara y objetiva sobre el entorno y los elementos que lo dominan al objeto. El método correlacional (Solíz, 2019) se refiere a la identificación de relaciones entre variables en donde se observa las variaciones que ocurren y se efectúan inferencias sobre la

naturaleza de las mismas, es decir, si ocurren de forma conjunta o no. Este método se suele emplear luego de haber encontrado mediante un estudio exploratorio los factores que determinan un comportamiento determinado y las posibles relaciones que surgen a partir de los mismos. Los métodos correlacionales se caracterizan por emplear el análisis factorial para medir el comportamiento entre variables. El resultado de estos estudios determina el grado de relación entre variables y tratan de acercarse a la explicación de un fenómeno dado.

El instrumento utilizado para la recolección de datos fue la encuesta. El cuestionario de preguntas fue tomado de un trabajo de Khan y Quaddus (2015) para lo cual se tuvo el consentimiento de los autores para la reproducción y aplicación, el mismo que se presenta en el Anexo A del capítulo. Dado que el cuestionario se encontraba en inglés se efectuó la traducción al idioma español, en el Anexo B del capítulo se presenta el cuestionario completo. Las unidades de estudio que se emplearon para el trabajo se encontraban asentadas en Guayaquil y pertenecían a dos zonas: Norte y Sur. Se eligieron esos espacios debido a que son tradicionalmente residenciales y permiten la replicación de uno de los motivantes para crear microempresas en el sector informal tal como la cercanía al núcleo familiar, que permite no abandonar los roles sociales relacionados al cuidado y atención.

El total de unidades microempresariales que participaron en el estudio fue de 386. Los participantes fueron seleccionados utilizando la técnica no probabilística de bola de nieve. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) este tipo de muestreo es ideal cuando los sujetos de estudio son difíciles de encontrar dado que es un subgrupo pequeño de la población, deben reunir características raras o debido a su realidad individual prefieren ocultarse y no ser visibles debido a que la exposición pública podría ser perjudicial. Debido a que la actividad empresarial informal es legítima más no legal, los tenedores de microempresas informales se ocultan y no declaran abiertamente estar desarrollando negocios en el sector informal. Esto motiva a que la técnica sea útil para el presente estudio. Debido a que el empleo de técnicas no probabilísticas en estudios cuantitativos puede afectar la representatividad de los resultados, se realizó luego de obtener los datos de Ecuador un análisis comparativo con las evidencias encontradas por Khan y Quaddus, adicionalmente se miden las

implicaciones desde las dimensiones culturales de Hofstede<sup>2</sup> dado que en este trabajo se analiza el papel del contexto y la cultura es un elemento transversal de influencia sobre el entorno.

### 4.3.1 Herramientas estadísticas

La técnica estadística que se ha empleado para el análisis es el modelo de ecuaciones estructurales. Según Manzano (2017), estos modelos son útiles para el estudio de relaciones entre variables latentes y observables. Se define como variable latente a un constructo sobre el cual no existe una manera directa de medirlo y por tanto se emplean aproximaciones basadas en la literatura que permiten una mejor identificación. Las variables observables cumplen el rol de aproximar dado que son las representaciones de la variable latente que pueden ser recogidos de las unidades muestrales para su interpretación. La literatura indica que existen dos tipos de modelos de ecuaciones estructurales: los que contienen sólo variables observadas y los mezclan variables observadas y latentes. Los primeros cumplen una función de similitud a un análisis de regresión lineal convencional mientras que los segundos se emplean cuando se necesita determinar la magnitud de la relación entre un conjunto de variables, en los cuales se prueba la relación (no causalidad) entre dichas variables.

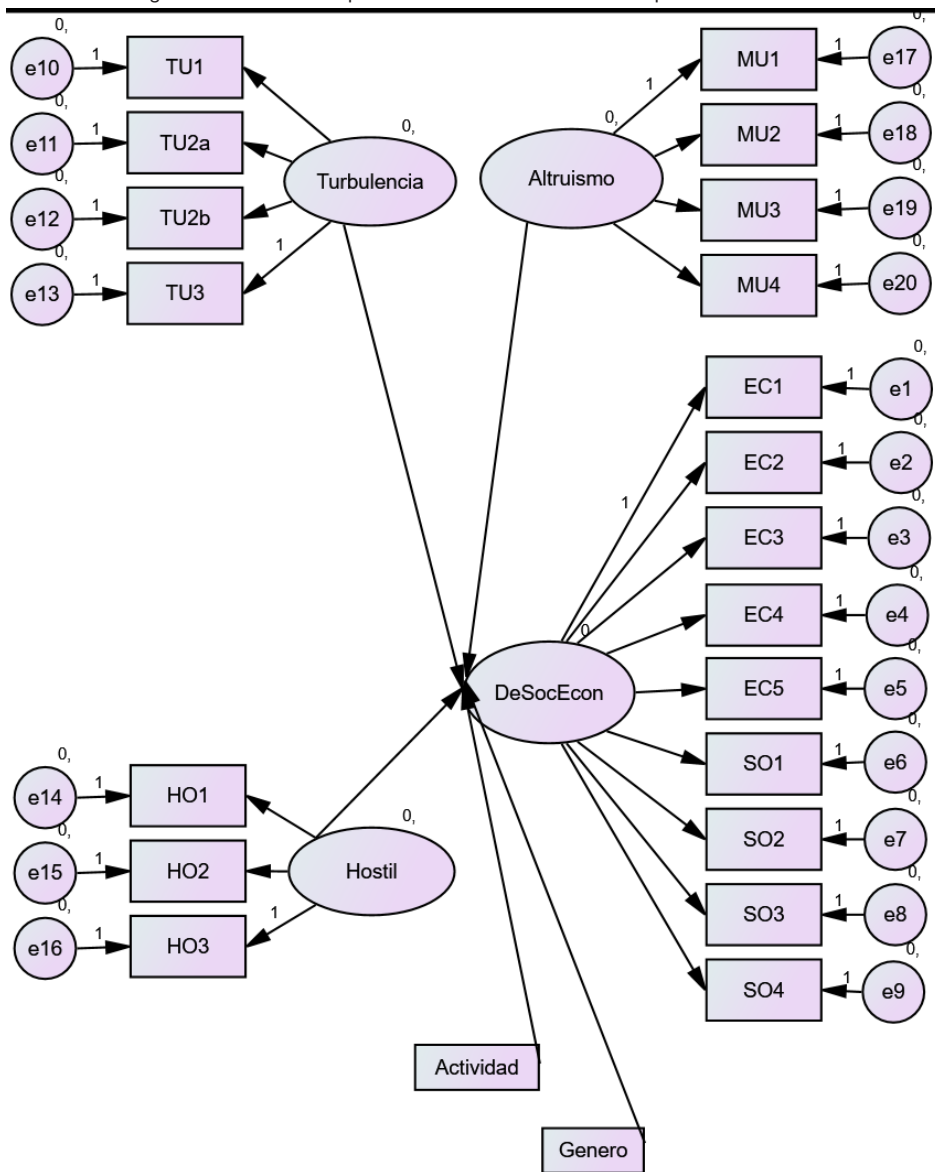
El desarrollo del modelo de ecuaciones estructurales implica que primero debe de graficarse la relación entre variables que se determinan en el modelo respectivo. Las variables latentes y los errores se simbolizan con un círculo o elipse mientras que las variables observadas se representan mediante un cuadrado. Para representar la asociación de las variables se emplea una flecha unidireccional. El presente trabajo cuenta con 4 variables latentes y 20 variables observadas con sus respectivos errores. El esquema se muestra en la figura 3, se utilizó el paquete AMOS del programa IBM SPSS en versión 21.

---

<sup>2</sup> La información se ha tomado de <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>



Figura 3. Modelo Desempeño Socioeconómico de Microempresas Informales.



Nota. Elaborado por el autor.

Basado en la revisión de la literatura desarrollada en el capítulo anterior, se proponen el abordaje de la hipótesis de investigación a partir de las siguientes hipótesis particulares.

H1.: Entornos turbulentos influyen en el desempeño socioeconómico de microempresas informales.

H2.: Entornos altruistas influyen en el desempeño socioeconómico de microempresas informales.

H3.: Entornos hostiles influyen en el desempeño socioeconómico de microempresas informales.

H4.: El género influyen en el desempeño socioeconómico de microempresas informales.

H5.: El tipo de negocio influye en el desempeño socioeconómico de microempresas informales.

#### 4.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se encuestaron a 386 personas de los cuales el 45% eran de género masculino y 55% femenino. Las edades de los participantes correspondieron mayormente a más de 37 años (62.9%), lo cual sugiere que las personas desde esa edad son más propensas a iniciar una microempresa en el sector informal. Se tuvo información de tres tipos de actividades microempresariales: preparación de comida típica, de comida rápida y tiendas minoristas; las dos últimas representaron la mayor porción de la muestra (39.4% y 32.9%, respectivamente). Adicionalmente, las microempresas muestreadas pertenecían mayormente al sector norte de Guayaquil (83.7%) que al sur (16.3%). Estas características descriptivas muestran que el inicio de microempresas en el sector informal tiene un componente de género: las mujeres tienden a ser más proclives a organizarlas e iniciarlas debido a la posibilidad de cumplir con su rol social en la familia; tienen un componente de edad: desde los 37 años posiblemente por un mejor entendimiento del mercado las personas se ven estimulados a ser propietario de un negocio. En las tablas 3 a 6 se muestra al detalle los componentes descriptivos de la recogida de datos.

Tabla 3. Género de los participantes.

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	175	45.3
Femenino	211	54.7
Total	386	100.0

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 4. Edad de los participantes.

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
menor a 25 años	35	9.1
entre 26 a 36 años	108	28.0
entre 37 a 47 años	122	31.6
más de 47 años	121	31.3
Total	386	100.0

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 5. Actividad productiva microempresas del sector informal.

<b>Actividad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
comida típica	107	27.7
comida rápida	152	39.4
tienda minorista	127	32.9
Total	386	100.0

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 6. Zona de ubicación de microempresas del sector informal.

<b>Zona</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Norte	323	83.7
Sur	63	16.3
Total	386	100.0

Nota. Elaborado por el autor.

El modelo empleado en este trabajo emplea 3 variables observables para medir el entorno hostil, 4 para medir el entorno turbulento y el entorno altruista, respectivamente. Mientras que para evaluar el desempeño Socioeconómico se emplean 9 variables observables, de las cuales 5 se refieren puramente a aspectos económicos y 4 a la dimensión social. La construcción de las relaciones en el modelo fue testeada a un chi-cuadrado prueba de 1195.88 y 207 grados de libertad. Se obtuvo un valor p muy cercano a cero, debido a que el umbral crítico es de 0.05 se puede concluir que el modelo diseñado es apropiado para medir las relaciones que pretende representar.

En la tabla 7 se puede apreciar la matriz de correlaciones de las variables observables que miden el macro ambiente de negocios para microempresas del sector informal. La que están codificadas como TU miden el entorno turbulento, las codificadas como HO corresponden a hostil y las codificadas como MU corresponden a altruista. Por otra parte, las codificadas como EC y SO miden el Desempeño Socioeconómico de dichas microempresas. Se puede destacar la baja correlación entre las variables observables, lo cual implica que la probabilidad de que el modelo de ecuaciones estructurales tenga un problema de multicolinealidad por especificación sea baja.

Tabla 7. Matriz de Correlaciones de Variables Observables.

	TU3	TU2b	TU2a	TU1	HO3	HO2	HO1	MU1	MU2	MU3	MU4	EC1	EC2	EC3	EC4	EC5	SO1	SO2	SO3	SO4
TU3	1.00																			
TU2b	0.13	1.00																		
TU2a	0.12	0.08	1.00																	
TU1	0.07	0.05	0.05	1.00																
HO3	-	-	-	-	1.00															
HO2	-	-	-	-	0.67	1.00														
HO1	-	-	-	-	0.60	0.63	1.00													
MU1	-	-	-	-	-	-	-	1.00												
MU2	-	-	-	-	-	-	-	0.25	1.00											
MU3	-	-	-	-	-	-	-	0.33	0.48	1.00										
MU4	-	-	-	-	-	-	-	0.30	0.42	0.56	1.00									
EC1	0.20	0.13	0.13	0.08	(0.08)	(0.08)	(0.07)	0.02	0.03	0.03	0.03	1.00								
EC2	0.16	0.11	0.10	0.06	(0.06)	(0.06)	(0.06)	0.01	0.02	0.03	0.02	0.18	1.00							
EC3	0.26	0.17	0.17	0.10	(0.10)	(0.10)	(0.09)	0.02	0.03	0.04	0.04	0.29	0.23	1.00						
EC4	0.24	0.16	0.15	0.09	(0.09)	(0.10)	(0.09)	0.02	0.03	0.04	0.04	0.27	0.22	0.35	1.00					
EC5	0.26	0.18	0.17	0.10	(0.10)	(0.10)	(0.09)	0.02	0.03	0.04	0.04	0.29	0.24	0.38	0.35	1.00				
SO1	0.25	0.17	0.16	0.10	(0.10)	(0.10)	(0.09)	0.02	0.03	0.04	0.04	0.29	0.23	0.37	0.35	0.38	1.00			
SO2	0.30	0.20	0.19	0.12	(0.11)	(0.12)	(0.11)	0.03	0.04	0.05	0.05	0.34	0.27	0.44	0.41	0.44	0.43	1.00		
SO3	0.23	0.16	0.15	0.09	(0.09)	(0.09)	(0.08)	0.02	0.03	0.04	0.04	0.26	0.21	0.34	0.32	0.34	0.34	0.40	1.00	
SO4	0.23	0.16	0.15	0.09	(0.09)	(0.09)	(0.08)	0.02	0.03	0.04	0.04	0.26	0.21	0.33	0.31	0.34	0.33	0.39	0.30	1.00

Nota. Elaborado por el autor en AMOS del programa IBM SPSS en versión 21.

La tabla 8 muestra la matriz de covarianzas de las variables observables, se puede apreciar que las mismas son muy cercanas a cero. Estos resultados confirman las débiles relaciones lineales entre si anotadas en la tabla 5, en todo caso, confirma que para el modelo diseñado no existe posibilidad de multicolinealidad y por tanto afectar la capacidad predictiva del modelo.

Tabla 8. Matriz de Covarianzas de Variables Observables.

	TU3	TU2b	TU2a	TU1	HO3	HO2	HO1	MU1	MU2	MU3	MU4	EC1	EC2	EC3	EC4	EC5	SO1	SO2	SO3	SO4	
TU3	0.007																				
TU2b	0.001	0.005																			
TU2a	0.001	0	0.004																		
TU1	0	0	0	0.006																	
HO3	0	0	0	0	0.006																
HO2	0	0	0	0	0.005	0.008															
HO1	0	0	0	0	0.004	0.005	0.007														
MU1	0	0	0	0	0	0	0	0.008													
MU2	0	0	0	0	0	0	0	0.002	0.008												
MU3	0	0	0	0	0	0	0	0.003	0.004	0.008											
MU4	0	0	0	0	0	0	0	0.003	0.004	0.005	0.009										
EC1	0.001	0.001	0.001	0	0	-0.001	0	0	0	0	0	0.006									
EC2	0.001	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.001	0.004								
EC3	0.001	0.001	0.001	0.001	0	-0.001	-0.001	0	0	0	0	0.001	0.001	0.004							
EC4	0.001	0.001	0.001	0	0	-0.001	0	0	0	0	0	0.001	0.001	0.001	0.004						
EC5	0.001	0.001	0.001	0	0	-0.001	0	0	0	0	0	0.001	0.001	0.001	0.001	0.003					
SO1	0.001	0.001	0.001	0	0	-0.001	0	0	0	0	0	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.004				
SO2	0.001	0.001	0.001	0.001	-0.001	-0.001	-0.001	0	0	0	0	0.001	0.001	0.002	0.001	0.001	0.001	0.003			
SO3	0.001	0.001	0.001	0	0	-0.001	0	0	0	0	0	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.004		
SO4	0.001	0.001	0.001	0	0	-0.001	0	0	0	0	0	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.004

Nota. Elaborado por el autor en AMOS del programa IBM SPSS en versión.

En la tabla 9 se presenta la matriz de robustez del modelo construido. Para determinar que el modelo propuesto es medianamente apropiado para el análisis de las relaciones entre las variables observables y latentes se debe verificar que el índice IFI y CFI sean mayores a 0.5.

Tabla 9. Matriz de Robustez del modelo.

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	0.573	0.478	0.618	0.525	0.611
Saturated model	1		1		1
Independence model	0	0	0	0	0

Nota. Elaborado por el autor en AMOS del programa IBM SPSS en versión 21.

De los cálculos efectuados se obtiene que el IFI es 0.618 y el CFI es 0.611, lo cual da cuenta de que existe un ajuste aceptable de variables latentes a partir de las variables observadas. Las medidas ajustadas de parsimonia que se presentan en la tabla 10 muestra la bondad de ajuste del modelo, de manera general se debe preferir dicho modelo mientras más alejado este de cero pues eso da cuenta de un mejor ajuste. Dado que el modelo propuesto tiene tasas entre 0.468 y 0.80 se puede considerar que hay un ajuste apropiado para las relaciones propuestas.

Tabla 10. Indicadores de Parsimonia.

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.818	0.468	0.500
Saturated model	0	0	0
Independence model	1	0	0

Nota. Elaborado por el autor en AMOS del programa IBM SPSS en versión 21.

La tabla 11 por su parte muestra los cálculos relacionados con la significancia de las variables observables con la variable latente que pretenden explicar.

Tabla 11. Evaluación de las Variables Observables.

			Estimador	Error Estándar	Valor-p
TU3	<---	Turbulencia	1		
TU2b	<---	Turbulencia	0.597	0.130	***
TU2a	<---	Turbulencia	0.507	0.116	***
TU1	<---	Turbulencia	0.383	0.129	0.003**
HO3	<---	Hostil	1		
HO2	<---	Hostil	1.202	0.080	***
HO1	<---	Hostil	1.027	0.072	***
MU1	<---	Altruismo	1		
MU2	<---	Altruismo	1.381	0.207	***
MU3	<---	Altruismo	1.786	0.252	***
MU4	<---	Altruismo	1.765	0.251	***

EC1	<---	DeSocEcon	1		
EC2	<---	DeSocEcon	0.665	0.115	***
EC3	<---	DeSocEcon	1.151	0.149	***
EC4	<---	DeSocEcon	0.966	0.129	***
EC5	<---	DeSocEcon	1.043	0.134	***
SO1	<---	DeSocEcon	1.051	0.136	***
SO2	<---	DeSocEcon	1.151	0.139	***
SO3	<---	DeSocEcon	0.991	0.134	***
SO4	<---	DeSocEcon	0.968	0.132	***

\*\*\* Es significativo a un nivel 0.001

\*\* Es significativo a un nivel 0.01

Nota. Elaborado por el autor en AMOS del programa IBM SPSS en versión 21.

Como se puede apreciar, todas las variables son significativas al 0.001 y al 0.01 de confianza. Esto implica que las variables observadas son suficientes para representar a cada uno de sus constructos latentes. Adicionalmente se tiene que todos los coeficientes de estimación son positivos, lo cual sugiere que existe una relación directa de cada observación con la variable latente. En la tabla 12 se muestran los pesos relacionados con el poder predictivo de las variables observadas con las latentes, es decir, la capacidad de representación para explicar las relaciones detalladas en la figura 2. Adicionalmente se presentan sombreado de color amarillo las ponderaciones relacionadas sólo con la contribución sobre la misma variable latente que representa.

Tabla 12. Ponderaciones predictivas.

	Hostil	Turbulencia	Altruismo	DeSocEcon
SO4	(0.006)	0.075	0.003	0.073
SO3	(0.006)	0.074	0.003	0.073
SO2	(0.012)	0.151	0.006	0.148
SO1	(0.008)	0.092	0.004	0.090
EC5	(0.008)	0.099	0.004	0.097
EC4	(0.007)	0.082	0.003	0.081
EC3	(0.007)	0.085	0.004	0.084
EC2	(0.003)	0.042	0.002	0.041
EC1	(0.004)	0.046	0.002	0.045
MU4	0.001	(0.010)	0.126	0.003
MU3	0.001	(0.017)	0.210	0.005



MU2	0.001	(0.008)	0.092	0.002
MU1	-	(0.004)	0.049	0.001
HO1	0.194	0.018	0.001	(0.006)
HO2	0.309	0.028	0.001	(0.009)
HO3	0.269	0.024	0.001	(0.008)
TU1	0.004	0.015	(0.002)	0.014
TU2a	0.007	0.029	(0.004)	0.027
TU2b	0.007	0.028	(0.003)	0.026
TU3	0.010	0.041	(0.005)	0.038
Peso Predicción en variable latente	0.742	0.890	0.497	0.825
Peso Predicción en constructo	0.772	0.113	0.477	0.732

Nota. Elaborado por el autor en AMOS del programa IBM SPSS en versión 21.

Por otro lado, estos coeficientes pueden determinar la cantidad de varianza que explican en las relaciones construidas, las explicaciones más altas son en el entorno Hostil (74.0%), Turbulencia (89.0%) y Desempeño Socioeconómico (82.5%). Altruismo es la que menor aportación tiene (49.7%). Hair et al (2011) sugiere que cuando los constructos latentes tienen un peso igual o mayor a 60% se pueden considerar como representativos para explicar las relaciones que se proponen; en ese sentido, Altruismo se podría descartar como un elemento que contribuya a explicar el Desempeño Socioeconómico. No obstante, esto último debe de verificarse con el contraste de hipótesis sugerido al final de la sección herramientas estadísticas. En la tabla 13 se muestra el contraste de hipótesis de las variables latentes del entorno: hostil, turbulencia y altruismo con el Desempeño Socioeconómico de las microempresas informales.

Tabla 13. Evaluación de las Variables Latentes.

			Estimador	Error Estándar	Valor-p	Hipótesis	Resultado
DeSocEcon	<---	Turbulencia	0.965	0.154	***	H1	Aceptado
DeSocEcon	<---	Altruismo	0.105	0.053	0.045**	H2	Aceptado
DeSocEcon	<---	Hostil	-0.116	0.032	***	H3	Aceptado

\*\*\* Es significativo a un nivel 0.001

\*\* Es significativo a un nivel de 0.05

Nota. Elaborado por el autor.

Para el contraste de hipótesis se definió un valor  $p$  de 0.001 y 0.05. Para el modelo planteado, se pudo comprobar las tres hipótesis, lo cual significa que las tres variables tienen influencia sobre el desempeño socioeconómico de las microempresas informales. Sin embargo, el entorno Turbulencia tiene relación directa con el Desempeño Socioeconómico dado el signo del estimador (+ 0.983) lo cual sugiere que ante mayor incertidumbre la microempresa del sector informal tiende a ser más resiliente debido a su tamaño que le permite responder de manera más versátil frente a la adversidad. El entorno Hostil en cambio pese a tener influencia tiene una relación inversa con el Desempeño Socioeconómico dado el signo del estimador (- 0.114), esto sugiere que mientras menor sea la agresividad de competidores y consumidores mayor será el desempeño para desarrollar por la microempresa del sector informal y viceversa.

El entorno Altruista obtuvo como estimador 0.105, el signo positivo sugiere que hay una relación directa entre un entorno colaborativo y el desempeño socioeconómico de la microempresa informal. Esto se debe a que en un entorno de tipo colaborativo las personas tienden a desarrollar empatía con el resto de los individuos que forman parte de su red, la empatía lleva a que las conductas que se desarrollan en el entorno sean vistas como legítimas y próximas a los códigos sociales del grupo y por tanto sean aceptadas. En el caso de la microempresa que opera informalmente, quienes compran sus productos y servicios reconocen que su actividad se encuentra fuera de la observación de leyes; sin embargo, dado que los objetos de intercambio se perciben como lícitos en su producción y comercialización se termina justificando la pertinencia de estas personas dado que no están afectando la normativa social del grupo.

El Dr. Philip Zimbardo en el vídeo *La tercera ola, fascismo en la escuela* explica esta orientación a los comportamientos grupales de la siguiente manera:

La pertenencia a un grupo es una de las necesidades humanas más básicas y para satisfacerla estamos dispuestos a pasar del bien al mal de lo que sabemos correcto a lo que sabemos que está mal y no debemos hacerlo lo hacemos porque el grupo nos empuja, la mente es capaz de justificar cualquier acción, los seres humanos racionalizamos más que razonamos antes de hacer algo decimos debo hacerlo por esto y luego justificamos lo hicimos por esto, las justificamos para que encajen a posteriori para que encajen en valores sociales aceptables (Rodríguez-Sanjurjo, 2013).

Para apoyar estas reflexiones, se puede constatar en la tabla 10 que MU3 y MU4 son las cuestiones que más peso tienen para explicar a la variable Altruismo. Estas preguntas se refieren a la disposición de las instituciones financieras para otorgar financiamiento y la percepción de que las autoridades de control apoyan la marcha del negocio, respectivamente. Estos hallazgos van contra los postulados clásicos de explicación de que la informalidad empresarial funciona en el ocultamiento absoluto y que son unidades de negocio que tienden a cerrar debido a la imposibilidad de conseguir recursos para su crecimiento y que con mayor colaboración de las autoridades se logrará estimular el paso a la formalidad empresarial. De ahí que como indicó Young (2015), es fundamental entender los factores de comportamiento que hay detrás de los entornos ambientales para tener un abordamiento más efectivo del fenómeno empresarial en el sector informal. Adicionalmente, se trató de incluir efectos de género y del tipo de negocios con respecto a su influencia en el desempeño económico de las microempresas del sector informal y se obtuvieron los resultados que se muestran en la tabla 14.

Tabla 14. Evaluación de las Variables Moderadoras.

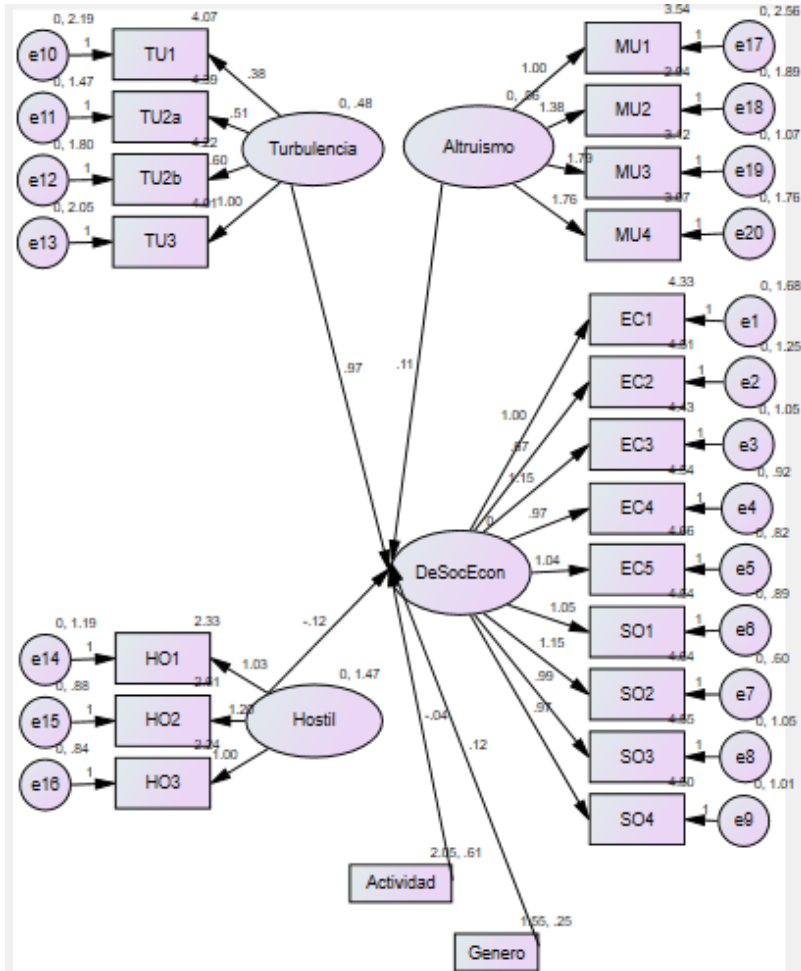
			Estimador	Error Estándar	Valor-p	Hipótesis	Resultado
DeSocEcon	<---	Genero	0.123	0.067	0.067**	H4	Rechazado
DeSocEcon	<---	Actividad	-0.036	0.042	0.387**	H5	Rechazado

\*\* No es significativo a un nivel de 0.05

Nota. Elaborado por el autor.

Como se puede apreciar, ni género ni la actividad del negocio parece tener influencia sobre el desempeño socio económico de la microempresa informal. Esto puede deberse a que las unidades elegidas no abordan aspectos de exclusión y marginalidad que son los escenarios en los que tradicionalmente la literatura señala como fundamentos de diferenciación en las unidades de producción del sector informal. Una vez revisado los aspectos de validez del modelo y análisis de las hipótesis, se pasa a presentar el modelo final obtenido con las relaciones entre variables comentadas anteriormente.

Figura 4. Modelo final Desempeño Socioeconómico de Microempresas Informales.



Nota. Elaborado por el autor en AMOS del programa IBM SPSS en versión 21.

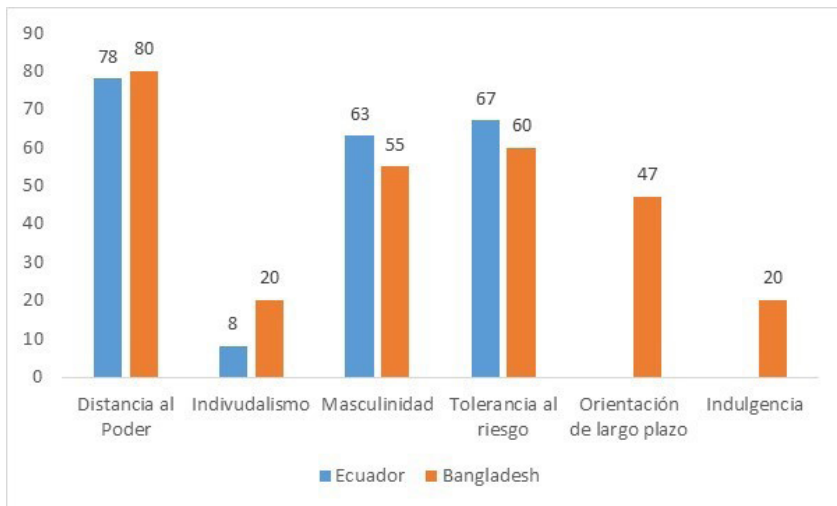
#### 4.5 TRIANGULACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados del trabajo de Khan y Quaddus (2015) contrastan con las evidencias obtenidas en el presente trabajo. En su investigación ellos encontraron que los tres elementos del macro ambiente de negocios tenían influencia en la medición del desempeño socioeconómico y que adicionalmente los coeficientes de los entornos turbulento, altruista y hostil tenían signo positivo, lo cual denotaba una influencia directa de ellos para incrementar o reducir el desempeño socioeconómico en el mismo sentido de variación de ellos. Los datos de Ecuador en cambio muestran

que sólo el entorno turbulento y altruismo tienen relación directa con el desempeño socioeconómico, no así el entorno hostil que tiene una relación inversa.

Debido a que tanto Ecuador como Bangladesh son países en vías de desarrollo el único mecanismo que podría contribuir a explicar las diferencias encontradas es el análisis de la cultura nacional. A continuación, se propone una revisión de las evaluaciones que efectúa el Centro *Hofstede Insights* sobre la caracterización cultural de los países. Es fundamental esta relación debido a que en la revisión de la literatura se encontró que el aspecto cultural es una influencia importante sobre las motivaciones a crear y mantener negocios en el sector informal de la economía. La figura 5 muestra la comparación de las dimensiones culturales de Hofstede entre Ecuador y Bangladesh.

Figura 5. Dimensiones de Cultura Nacional de Ecuador y Bangladesh.



Nota.: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/ecuador/>

Se puede apreciar que en distancia al poder, masculinidad y tolerancia al riesgo ambos países tienen una caracterización de cultura nacional prácticamente similar, sin embargo, de ellas se pueden extraer elementos importantes que explican la formación de microempresas en el sector informal. La distancia al poder es un medidor del grado en que las instituciones y las personas perciben a la inequidad como una característica con la cual se nace y que incluso marca diferencias entre grupos étnicos y sociales. Esto implica que las personas tienden a buscar por su propio medio el mecanismo para reducir la inequidad, en ese sentido la entrada al

sector informal es una forma de reducir la mala distribución de la riqueza y lograr explotar rentas económicas a costa de una actividad legítima pero no lícita.

El alto grado de masculinidad de ambas culturas muestra que la sociedad está altamente orientada a la competencia y el reconocimiento social al éxito. En ambos países se podría definir al éxito como ser ganador de una competencia o ser el mejor en un determinado marco de actuación. Esto soporta la evidencia de que en ambos países exista un aporte directo de la turbulencia al desempeño socioeconómico de las microempresas del sector informal. Con un espíritu orientado a la competencia, los entornos turbulentos se plantean como un reto en el cual los administradores tratan de desarrollar su mejor potencial para vencer la adversidad. Sin embargo, los países se diferencian en la forma como se compete y en ello influye si la sociedad tiende a ser más colectivista o individualista.

En el caso ecuatoriano, la configuración cultural muestra un apego hacia lo colectivo, es decir, las relaciones con el grupo al que se pertenece y el respeto hacia los valores que fluyen en ese grupo marcan como se desarrolla la competencia; la misma que no se efectúa entre miembros de un mismo grupo sino contra grupos. A diferencia de Bangladesh donde los valores individualistas son mayores y por tanto la competencia es entre individuos. Esto explicaría el por qué el coeficiente del entorno hostil tiene signo negativo en Ecuador y signo positivo en Bangladesh. Como los valores colectivistas indican que se prefiere evitar la discordia social y se prefiere la comunicación entre los miembros del grupo o grupos similares entonces los entornos con mayor hostilidad tienden a reducir la posibilidad de un buen desempeño socioeconómico de la microempresa del sector informal.

Finalmente, Bangladesh tiene un perfil de poca indulgencia lo cual implica que los miembros de la sociedad intentan tener el mayor control posible sobre sus deseos e impulsos ya que consideran que estos son una manifestación de la norma social que regula la forma de comportarse. Esto explica el por qué el coeficiente de altruismo en ese país es significativo para explicar el desempeño socioeconómico además de encontrarse relacionado directamente con esa variable latente. En el caso de Ecuador el Centro Hofstede Insights no hace medición de esta dimensión cultural; sin embargo, debido a la característica colectivista de la sociedad ecuatoriana se puede inferir que también existe una orientación hacia el empleo de normas de convivencia poco estrictas de esa forma la tolerancia es una práctica del día a día con respecto al comportamiento que tengan a quienes la persona identifica

como parte de su grupo. Sin embargo, la magnitud de los coeficientes es diferente, la beta en Bangladesh de altruismo era de 0.521 mientras que el de Ecuador se computó en 0.105. Se puede interpretar que en el caso de Ecuador es menor la intensidad de la tolerancia en la convivencia grupal con respecto a Bangladesh.

De esta triangulación de resultados se puede concluir que es importante que la sociedad donde se desarrolla la actividad microempresarial en el sector informal es muy importante revisar si los individuos tienen una orientación hacia el individualismo o hacia el colectivismo. Si es el primer caso, entonces las tres aristas del macro ambiente de negocios: turbulencia, hostilidad y altruismo tienen impacto significativo sobre el desempeño socioeconómico de la microempresa y en relación directa los tres. Si la sociedad es colectivista entonces el entorno hostil se relaciona inversamente con el desempeño socioeconómico, de ahí el entorno de turbulencia y altruismo tienen relación directa.

#### 4.6 RESUMEN DEL CAPÍTULO

En este capítulo se ha efectuado un análisis del desempeño socioeconómico de las microempresas informales en Guayaquil, Ecuador, los tres factores empleados para este trabajo han sido significativos estadísticamente. Sin embargo, sólo la turbulencia y el altruismo tienen una relación directa; no así la hostilidad que tiene una relación inversa. Los objetivos declarados en este trabajo se cumplieron. En la primera sección se presentó una descripción general de la situación problemática y del objeto de estudio. Se señala la relevancia de este trabajo dado el peso que tienen las actividades productivas del sector informal sobre la producción agregada. Por tanto, el entendimiento del desempeño permite tener mayor información para conocer los elementos del Macroambiente que estimulan el desarrollo de la microempresa del sector informal, dotando de esa manera de elementos suficientes para la formulación de política pública relacionada al sector informal de la economía ecuatoriana.

En la segunda sección, se dotó de un marco teórico y contextual amplio para el entendimiento de cómo se origina, funciona y desarrolla el emprendimiento en el sector informal. Por otro lado, se agregó el componente de las dimensiones culturales para entender como la programación de valores sociales de una comunidad puede influir sobre las orientaciones empresariales que ocurren en el sector informal.

En la tercera sección se explicó con detalle el tratamiento metodológico del objeto de estudio. Se detallaron los métodos de investigación empleados, así como los instrumentos de recogida de datos y las técnicas de análisis estadísticos. Se ha logrado construir un modelo donde dos de los tres elementos del Macroambiente de negocios de Ecuador tienen influencia sobre el desempeño socioeconómico de las microempresas del sector informal. La hipótesis presentada en este trabajo se validó totalmente, no se encontró evidencia significativa de que el género o el tipo de negocios influyan en el desempeño socioeconómico en las unidades de producción micro del sector informal. Se presentó también el modelo de ecuaciones estructurales que permitió la identificación de la intensidad de la relación del Macroambiente de negocios con el desempeño socioeconómico (DSE) de las microempresas del sector informal. Turbulencia tiene una relación directa con el DSE, Hostil tiene una relación inversa con el DSE y Altruismo tiene relación directa con el DSE. El coeficiente de estimación de relación entre Turbulencia y DSE fue el que tiene mayor contribución que Hostil con DSE y Altruismo con DSE: 0.98 vs -0.11 y 0.98 vs 0.105, respectivamente. Esto implica que la resiliencia de las microempresas del sector informal ante entornos de incertidumbre le permite responder de mejor forma a los cambios debido a su tamaño.

Del cumplimiento de los cuatro objetivos específicos y del contraste de la hipótesis se puede concluir que el objetivo general fue alcanzado y se logró una representación aceptable de la relación entre Macroambiente de negocios y el desempeño socioeconómico de las microempresas del sector informal. Se ha soportado los postulados teóricos que sugieren la dimensión socioeconómica como mecanismo de evaluación natural de las microempresas que operan en la informalidad debido a que su función de repartición de beneficio está atada con el bienestar colectivo antes que, por la maximización exclusiva de riqueza del tenedor, como ocurre en sus pares del sector formal.

Mediante el mecanismo de triangulación se ha logrado superar la debilidad del muestreo para lograr la generalización de resultados descrita en los párrafos precedentes. Generalmente los tratados de investigación sugieren que la generalización sólo es posible cuando el muestreo procede tanto en su formación como en su recolección de estrategias probabilísticas. En el estudio de un sector tan heterogéneo como el informal es muy difícil aplicar ese tipo de estrategias debido a que las prácticas de ocultamiento para evitar sanciones legales no permiten tener



un repositorio completo de información de dónde se encuentran asentadas esas unidades. Entonces el mecanismo de triangulación redujo la posible subjetividad sobre la interpretación de los resultados.

Una de las conclusiones de contrastar los resultados de Bangladesh con Ecuador permitió demostrar la importancia de la cultura nacional como elemento mediador de las actuaciones empresariales. Por tanto, sería relevante replicar este trabajo en culturas donde haya menor distancia de poder y predominancia de valores femeninos; esto podría permitir dar cuenta si en efecto la calidad de las instituciones formales tiene alguna influencia sobre la formación y desempeño de las microempresas del sector informal.

Finalmente, se sugiere que para tener una mejor efectividad de política pública que tienda a estimular a que las microempresas del sector informal se muevan hacia la formalidad es fundamental entender los valores culturales detrás de sus tenedores. Quienes poseen estas firmas valoran a nivel de desempeño que el negocio “asegura estabilidad de ingreso” (EC3), “es rentable” (EC5), “asegura las necesidades básicas de nuestra familia” (SO1) y “mejora mi autoestima y la imagen que proyecto a otras personas” (SO2). Por tanto, la manera de estimular la formalidad no va por el lado de costos sino de que en los programas que se implementen otorguen esos activos socioeconómicos para que los accionistas se sientan seguros de que el cambio les va a permitir mantener esos beneficios. Un estudio que puede complementar el alcance de los resultados en este trabajo es el análisis de los elementos conductuales que hay detrás de la creación de microempresas informales para poder atacar de mejor forma los motivantes y perceptores que pueden estimular un pase de la informalidad a la formalidad empresarial.

## REFERENCIAS DEL CAPÍTULO

Acs, Z., Autio, E., y Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and Policy Implication. *Research Policy*, 43(1), 476–494.

Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D., e Isakova, N. (2006). Female Entrepreneurship in Transition Economies: The Case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 12, 631-646.

Anderson, A., El Harbi, S., y Brahem, M. (2013). Enacting entrepreneurship in ‘informal’ business. *Entrepreneurship and Innovation*, 14(3), 137-149.

Anja, F. (2012). Factors Motivating Women’s Informal Micro-entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 65-78.

Babbitt, L., Brown, D., y Mazaheri, N. (2015). Gender, entrepreneurship, and the formal-informal dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163-174.

Bacq, S., Ofstein, L., Kickul, J., y Gundry, L. (2016). Perceived Entrepreneurial Munificence and Entrepreneurial Intentions: A Social Cognitive Perspective. *Internacional Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(5), 639-659.

Banco Mundial (2012). *Ecuador Las Caras de la Informalidad*. Informe No. 67808-EC. Recuperado de: <https://www.findevgateway.org/sites/default/files/mfg-es-estudio-de-caso-ecuador-las-caras-de-la-informalidad-4-2012.pdf>

Bruton, G., Filatotchev, I., Si, S., y Wright, M. (2013). Entrepreneurship and strategy in emerging economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7(3), 169-180.

Carsrud, A. y Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What do we still Need to Know?. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.

Chen, N., Ding, G. y Li, W. (2016). Do Negative Role Models Increase Entrepreneurial Intentions? The Moderating Role of Self-Esteem. *Basic and Applied Social Psychology*, 38(6), 337-350.

Dau, L. y Cuervo-Cazurra, A. (2014). To Formalize or Not no Formalize: Entrepreneurship and Pro-market Institutions. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 668-686.

De Castro, J., Khavul, S., y Bruton, G. (2014). Shades of Grey: How do Informal Firms Navigate Between Macro and Meso Institutional Environments?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(1), 75-94.

Del Canto, E., y Silva, A. (2013). Metodología Cuantitativa: Abordaje desde la Complementariedad en Ciencias Sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 141(2), 25-34.

Elgin, C., y Oztunali, O. (2014). Institutions, Informal Economy, and Economy Development. *Emerging Markets Finance and Trade*, 50(4), 145-162.

Gerxhani, K. (2004). The informal Sector in Developed and Less Developed Countries: A Literature Survey. *Public Choice*, 120, 267-300.

Ghosh, S. (2017). Regulation and entrepreneurial intention: cross-country evidence. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 6(2), 193-205.

Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., y Moreno, L. (2018). Metodología de la Investigación Científica. 3Ciencias, ISBN: 9788494825705.

Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organizations: Do american theories apply abroad?. *Organizational Dynamics*, 9(1), 42-63.

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). Recuperado de <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8/>

Hosseini, M., Dadfar, H., y Brege, S. (2018). Firm-level Entrepreneurship and International Performance: A Simultaneous Examination of Orientation and Action. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(3), 338-368.

Huggins, R., y Thompson, P. (2014). Culture, Entrepreneurship and Uneven Development: A Spatial Analysis. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(9-10), 726-752.

Hussmanns, R. (2005). Measuring the Informal Economy: From Employment in the Informal Sector to Informal Employment. Geneva: ILO Policy Integration Department/Bureau of Statistics. Working Paper No. 53, ILO.

Karnaukhova, O., (2013). Ethno-cultural Clusters and Informal Entrepreneurship in Russia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in Economy*, 7(4), 340-353.

Ketchen, D., Duane, R., y Webb, J. (2014). Toward a research agenda for the informal economy: A survey of the *Strategic Entrepreneurship Journal's* editorial board. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 95-100.

Khan, A. y Quaddus, M. (2015). Examining the influence of business environment on socio-economic performance of informal microenterprises. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 35(3-4), 273 - 288.

Ključnikov, A., Belás J., Kozubíková L., y Paseková P. (2016). The Entrepreneurial Perception of SME Business Environment Quality in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*, 8(1), 66-78.

Kuznetsova, T., (1998). Several Aspects of Research on the Informal Economy in Russia. *Problems of Economic Transition*, 40(11), 21-30.

La Porta, R., y Shleifer, A. (2014). Informality and Development. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 109-126.

Lee, C. y Hung, S. (2014). Institutional Entrepreneurship in the Informal Economy: China's Shan-Zhai Mobile Phones. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(1), 16-36.

López, J., Villaprado, O., Apolinario, R., y González, F. (2017). Los Fallos del Sector Formal Contribuyen a Crear Empresas en el Sector Informal. *XXII Global Conference on Business and Finance*, Volumen 1. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/312491151\\_LOS\\_FALLOS\\_DEL\\_SECTOR\\_FORMAL\\_CONTRIBUYEN\\_A\\_CREAR\\_EMPRESAS\\_EN\\_EL\\_SECTOR\\_INFORMAL](https://www.researchgate.net/publication/312491151_LOS_FALLOS_DEL_SECTOR_FORMAL_CONTRIBUYEN_A_CREAR_EMPRESAS_EN_EL_SECTOR_INFORMAL)

Lumpkin, G., Moss, T., Gras, D., Kato, S., y Amezcua, A. (2013). Entrepreneurial Processes in Social Contexts: How Are They Different, it at All?. *Small Business Economics*, 40(3), 761-783.

Manzano, A. (2017). Introducción a los Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Metodología de Investigación en Educación Médica*, 7(25), 67-72.

Mapp, T., y Moore, W. (2014). The Informal Economy and Economic Volatility. *Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies*, 8(1-2), 185-200.

McEvily, B., Soda, G., y Tortoriello, M. (2014). More Formally: Rediscovering the Missing Link between Formal Organization and Informal Social Structure. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 299-345.

Minniti, M., Bygrave, W., y Autio, E. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Executive Report*. London: London Business School.

Ojo, S., Nwankwo, S., y Gbadamosi, A (2013). Ethnic entrepreneurship: the myths of informal and illegal enterprises in the UK. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7-8), 587-611.

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2014). Evolución del Empleo Informal en Ecuador: 2009 – 2012. Recuperado de: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_245616.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_245616.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2013a). *La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_222986.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_222986.pdf). ISBN: 978-92-2-327389-7

Organización Internacional del Trabajo (2013b). *Transitioning from the informal to the formal economy*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218128.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218128.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2012). *Statistical Update on Employment in the Informal Economy*. Recuperado de: [http://laborsta.ilo.org/applv8/data/INFORMAL\\_ECONOMY/2012-06-Statistical%20update%20-%20v2.pdf](http://laborsta.ilo.org/applv8/data/INFORMAL_ECONOMY/2012-06-Statistical%20update%20-%20v2.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2011). *Panorama Laboral 2011*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Lima. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_180288.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_180288.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2003). *Informe de la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/meetingdocument/wcms\\_087570.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/meetingdocument/wcms_087570.pdf)

Rauch, A., Van Doorn, R., y Hulsink, W. (2014). A Qualitative Approach to Evidence-Based Entrepreneurship: Theoretical Considerations and an Example Involving Business Clusters. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 333-368.

Rodríguez-Sanjurjo, F. (2013). La tercera ola, fascismo en la escuela. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=yk69k124q00>

Schneider, F. (2012). The Shadow Economy and Work in the Shadow: What Do We (Not) Know? [La Economía y Trabajo en la Sombra: ¿Qué (no) sabemos?]. *Discussion Paper Series No 6423*. Institute for the Study of Labour (IZA), Germany, March.

Schneider, F., Buehn, A. y Montenegro, C. (2010). Shadow economies all over the world. *Policy Research Working Paper No. 5356*. World Bank, Washington, DC.

Schneider, F., y Klinglmair, R. (2004) Shadow Economies around the World: What Do We Know? *IZA Discussion Paper No. 1043*. CESifo Working Paper Series No. 1167.

Shepherd, D., y Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking 'what is to be sustained' with 'what is to be developed'. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (1), 137-163.

Short, J., Ketchen, D., Shook, C., y Duane, R. (2010). The Concept of "Oportunity" in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65.

Siqueira, A., Webb, J., y Bruton, G. (2016). Informal entrepreneurship and industry conditions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 177-200.

Siu, W., y Lo, E., (2013). Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 147-173.

Slack, T., Cope, M., Jensen, L., y Tickamyer, A. (2017). Social embeddedness, formal labor supply, and participation in informal work. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 37(3/4), 248-264.

Slonimski, A., Slonimskaya, M., Linchevskaya, O., y Pobol, A. (2009). Transborder Co-Operation of Inhabitants and Entrepreneurs in Western Regions of Belarus. En *Between Europe and Russia: Problems of Development and Transborder Co-Operation in NorthEastern Borderland of the European Union*. Edited by Aranka Ignasiak-Szulc and Wojciech Kosiedowski. (249–262). Torun: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu M. Kopernika.

Smallbone, D., y Welter, F. (2012). Cross-border Entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(3–4), 95–104.

Solíz, D. (2019). Cómo hacer un Perfil Proyecto de Investigación Científica. Palibrio, ISBN: 9781506527208.

Talledo, M., y Solórzano, D. (2013). Estructura del Sector Microempresarial Formal e Informal en la Ciudad de Guayaquil, Sector Este. Tesis de Grado. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4689/1/UPS-GT000420.pdf>

Thanh, M. y Turkina, E. (2014). Macro-level Determinants of Formal Entrepreneurship versus Informal Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 490-510.

Viswanathan, M., Echambadi, R., Venugopal, S., y Sridharan, S. (2014). Subsistence Entrepreneurship, Value Creation, and Community Exchange Systems: A Social Capital Explanation. *Journal of Macromarketing*, 34(2), 213-226.

Wang, T., Thornhill, S., y De Castro, J. (2017). Entrepreneurial Orientation, Legitimacion, and New Ventura Performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(4), 373-392.

Webb, J., Duane, R., y Ketchen, D (2014). Toward a Greater Understanding of Entrepreneurship and Strategy in the Informal Economy. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 1-15.

Welter, F., Smallbone, D., y Pobol, A. (2015). Entrepreneurial activity in the informal economy: a missing piece of the entrepreneurship jigsaw puzzle. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(5-6), 292-306.

Welsh, D., Kaciak, E., y Shamah, R. (2018). Determinants of women entrepreneurs' firm performance in a hostile environment. *Journal of Business Research*, 88, 481-491.

Williams, C., y Horodnic, I. (2017). Who Participates in Undeclared Work in the European Union? Toward a Reinforced Marginalization Perspective. *International Journal of Sociology*, 47(2), 99-115.

Williams, C., y Shahid, M. (2016). Informal Entrepreneurship and Institutional Theory: Explaining the Varying Degrees of (In)formalization of Entrepreneurs in Pakistan. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(1-2), 1-25.

Williams, C., Martínez-Pérez, A., y Kadir, A. (2016). Informal Entrepreneurship in Developing Economies: The Impact of Starting Up Unregistered on Firm Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, August(2016), 1-27.

Williams, C. (2015). Explaining Cross-national Variations in the Commonality of Informal Sector Entrepreneurship: An Exploratory Analysis of 38 Emerging Economies. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 27(2), 191-212.

Williams, C., y Martínez, A. (2014). Entrepreneurship in the Informal Economy A Product of too Much or too Little State Intervention?. *Entrepreneurship and Innovation*, 15(4), 227-237.

Williams, C., y Lansky, M. (2013). Informal Employment in Developed and Developing Economies: Perspectives and Policy Responses. *International Labour Review*, 152(3-4), 355-380.

Williams, C., y Nadin, S. (2012). Tackling Entrepreneurship in the Informal Economy: Evaluating the Policy Options. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 1(2), 111-124.

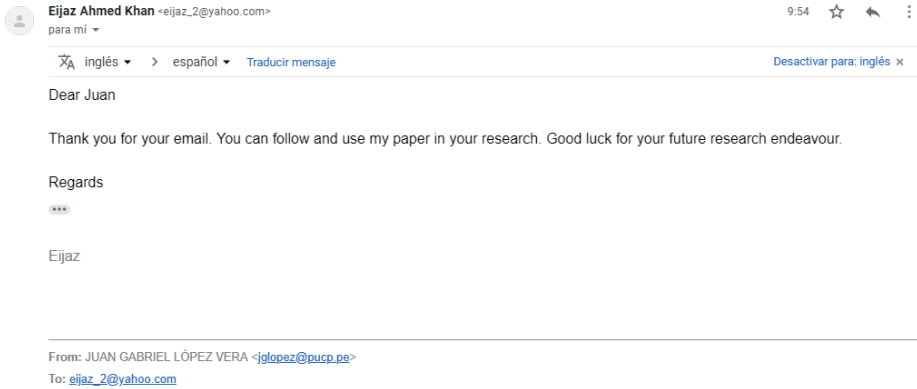
Williams, C., y Nadin, S. (2011). Theorising the Hidden Enterprise Culture: The Nature of Entrepreneurship in the Shadow Economy. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 14(3), 334-348.

Williams, C. (2009). Informal Entrepreneurship and Their Motives: A Gender Perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3), 219-225.

Williams, C., Round, J., y Rodgers, P. (2006). Beyond necessity and opportunity-driven entrepreneurship: some case study evidence from Ukraine. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 18(2), 22-34.

Young, H. (2015). The Evolution of Social Norms. *Annual Review of Economics*, 7, 359-387.

## ANEXO A DEL CAPÍTULO: CONSENTIMIENTO DE LOS AUTORES



## ANEXO B DEL CAPÍTULO: FORMATO DE ENCUESTA

Género  
 Masculino   
 Femenino

Edad  
 Menos de 25 años   
 Entre 26 y 36 años   
 Entre 37 y 47 años   
 Más de 47 años

Zona

Códigos	Ítems	Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
TU1	Las acciones de mis competidores son fáciles de predecir						
TU2a	Los gustos de mis consumidores son fáciles de predecir						
TU2b	La demanda de mis consumidores (cantidades) son fáciles de predecir						
TU3	Mi oferta de productos/servicios no cambia mucho						
HO1	Tengo amenazas de extorsionistas, autoridades, policía cuando estoy en mi negocio						
HO2	Es difícil mantener operativo mi negocio debido a la presión del gobierno						
HO3	Recibo control, manipulación extorsiva y presión del gobierno						
MU1	Existen pocas reglas y regulaciones para operar mi negocio						
MU2	Existen programas públicos de educación y entrenamiento para gestionar mi negocio						
MU3	Las instituciones financieras están dispuestas a financiar mi negocio						
MU4	Percibo que las autoridades públicas y de control apoyan la gestión de mi negocio						
EC1	Mi negocio me proporciona una fuente de empleo a mí y otras personas						
EC2	Mi negocio presenta crecimiento de las ventas						
EC3	Mi negocio asegura estabilidad de ingreso						
EC4	Mi negocio genera retorno sobre mi inversión						
EC5	Mi negocio es rentable						
SO1	Mi negocio asegura las necesidades básicas de nuestra familia						
SO2	Mi negocio mejora mi autoestima y la imagen que proyecta a otras personas						
SO3	Mi negocio mejora el empoderamiento en la sociedad						
SO4	Mi negocio proporciona libertad y control sobre mi estilo de vida						

Traducido de Khan y Quaddus (2015)

# CAPÍTULO 5

## CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INICIADO POR AMAS DE CASA EN LA CIUDAD DE MACHALA, ECUADOR<sup>1</sup>

### 5.1 INTRODUCCIÓN

En el informe *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador GEM 2019/2020* (Lasio, Amaya, Zambrano y Ordeñana, 2020) se señaló que Ecuador es uno de los países con mayor paridad de género en lo que respecta a la tasa de actividad emprendedora (TEA). Sin embargo, este indicador tiene algunos matices en la descomposición del emprendimiento por etapa, en negocios nacientes y nuevos se aprecia una mezcla bastante similar: 54 de cada 100 emprendedores son hombres y la diferencia mujeres. Mientras que en emprendimientos establecidos la mezcla es diferente: 62 de cada 100 emprendedores son hombres y diferencia mujeres. Esto implica que en el proceso de maduración de nuevos negocios es más probable que los iniciados por mujeres no sean sostenibles y cierren antes de los 42 meses, que es el umbral mínimo esperado para clasificar un emprendimiento como consolidado.

El estudio GEM también muestra que, en el caso de los emprendimientos nacientes iniciados por mujeres, existen tres niveles de dedicación: autoempleado, tiempo completo y dedicado al hogar; entre ellos se concentra el 94%. Sin embargo, a medida que la idea se va consolidando esta suele tomar más matices de autoempleo y su capacidad de generación de ingresos tiene como tope los 2 salarios básicos unificados. La motivación mayormente para iniciar un emprendimiento son las pocas oportunidades laborales de manera que se asegure un ingreso mínimo capaz de mantener las necesidades vitales del hogar.

En trabajos efectuados en países desarrollados por Ruoslahti (2020), Saavedra (2017), Conroy y Weiler (2016) encontraron otras diferencias que caracterizan las iniciativas empresariales de mujeres con respecto a las de

<sup>1</sup> El autor agradece la participación de la estudiante Joselyn Correa Abad en el apoyo para el levantamiento de información y aplicación de instrumentos.



hombres: (a) inician con capitales menores, (b) se concentran en el sector comercio principalmente, (c) son unidades de tamaño pequeño y de baja productividad, (d) tienen no más de 5 empleados y (e) son unidades que no aportan generación de beneficios significativos, pero mejoran la economía familiar. Los emprendimientos iniciados por madres se caracterizan por ser unidades de producción que se inician con bajas sumas de dinero como capital semilla, comparativamente puede ser montos pocos significativos si se comparan con negocios semejantes de mayor tamaño; sin embargo, son cifras significativas para las micro emprendedoras en caso de fracaso. De ahí la importancia de diseñar un modelo de negocio eficaz para poder rotar los bienes o servicios que ofertan, y que puedan suponer a posterior, mayores niveles de reinversión.

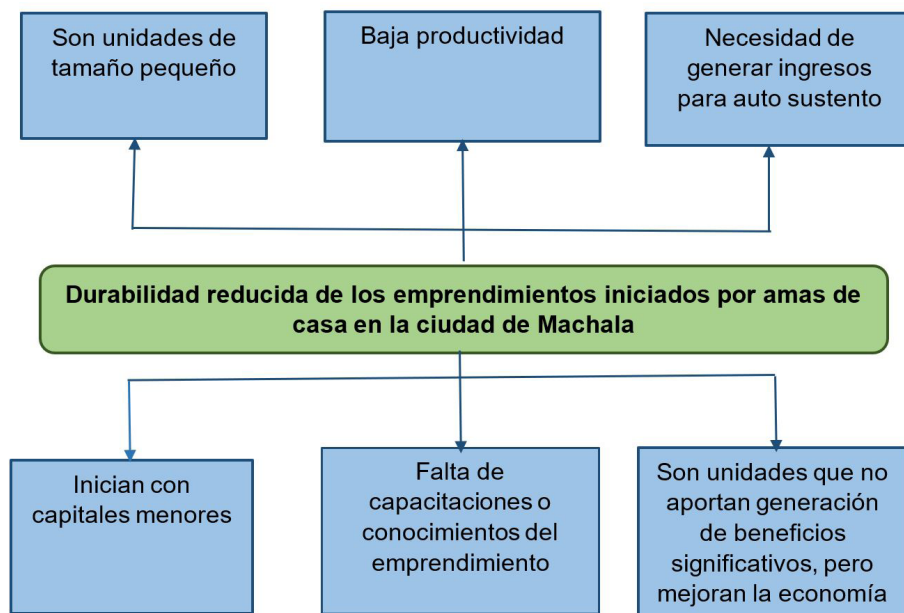
Las madres que lideran estos micronegocios no tienen acceso a capacitaciones o poseen poco conocimiento que les permita gestionar de forma apropiada sus iniciativas. En este sentido, una opción recomendable es invertir dinero ahorrado en formación o tomar cursos sin costos de inscripción, dirigidos para las emprendedoras. No obstante, estas opciones también son una barrera de entrada para las madres emprendedoras pues suelen tener vacíos en conocimientos generales sobre gestión y apertura de mercados que terminan afectando la sostenibilidad de sus propuestas de negocios. Un último aspecto relevante por considerar viene dado por la capacidad de generación de beneficios en estos negocios. Los emprendimientos iniciados por madres suelen no aportar utilidades significativas, pero mejoran la economía familiar motivadas por la necesidad y el espíritu aventurero. Las madres emprendedoras lanzan al mercado sus proyectos de emprendimiento siendo éstos apenas un proyecto empírico, carente de los elementos mínimos de la ciencia del emprendimiento.

La importancia del estudio de este problema es por los efectos que provoca en las unidades de análisis y se presentan a continuación: En primer lugar, tienden a que los emprendimientos sean unidades de pequeño tamaño y mayormente unipersonales; por tanto, las mismas madres emprendedoras desarrollan múltiples funciones dentro de su negocio y adicionalmente deben de atender sus roles habituales dentro del cuidado y administración del hogar.

Como resultado de la unipersonalidad de las funciones empresariales en el emprendimiento, estos negocios tienen baja productividad lo cual les impide competir apropiadamente con negocios semejantes. Adicionalmente, la asunción

de un doble rol durante el tiempo de trabajo: negocio y familia, impide que las emprendedoras puedan reconocer y concentrar sus esfuerzos en mejorar las fortalezas de sus negocios. De esta manera, el atractivo para su mercado no suele constituir un factor de especialización. Finalmente, como estos micronegocios no pueden apuntar eficazmente al crecimiento y sostenibilidad de largo plazo, entonces deben conformarse como unidades productivas orientadas a la generación de ingresos para auto sustento. Esto implica que son negocios con un formato de aprovechamiento de pequeñas oportunidades de mercado que puedan costear un estilo de vida, pero no un modo de producción. Bajo este contexto, se presenta en la figura 6 el árbol del problema que aborda este capítulo.

Figura 6. Caracterización del problema.



Nota. Elaborado por el autor.

## 5.2 MARCO TEÓRICO

Ekinsmito (2013) *abordó* la teoría del emprendimiento de género a través de un enfoque en los roles del espacio y los negocios de las madres que han configurado negocios en torno a las rutinas diarias del trabajo familiar. Con esta investigación se pretende lograr la armonía entre el diario vivir y el trabajo, a través de una orientación identitaria que difumina la frontera entre ser de madre y empresaria;

siendo que la tesis de investigación se centra en las diferentes teorías para comprender el espíritu empresarial de género y reunir los discursos académicos en gran parte separados de la geografía económica de género y el espíritu empresarial de género. Para poder lograr esta identificación la autora, consideró los relatos de 29 *mumpreneurs* y utilizó un marco presentado por Jarvis, por lo que, concluyó que las madres emprendedoras tienen una orientación más apegada a la maternidad debido a un rol de género que imparte la sociedad, pero su trabajo diario comparte varias similitudes con otras madres que trabajan jornada completa o son cuidadoras de igual manera una jornada completa, trabajadoras a tiempo flexibles.

Por otra parte, Banikema y Tite (2018) abordaron el análisis de comprender el proceso emprendedor de las mujeres y su lógica de toma de decisiones en el proceso de acción emprendedora. El propósito de este estudio es entender bajo qué condiciones las mujeres empresarias movilizan la racionalidad efectiva o causal para tomar decisiones, actuar y explicar la preferencia por el comportamiento entre las mujeres empresarias. Entonces, la tesis de investigación se centró en examinar si ser mujer empresaria puede hacer que se sienta más a favor de una lógica de toma de decisiones que de otra. Para poder lograr esta identificación, aplicaron un método de investigación que incluye un enfoque cualitativo, a través de entrevistas en profundidad y semiestructuradas. Consecuentemente las autoras concluyeron que hay una unión entre la lógica al momento de tomar decisiones y la motivación de estas madres y mujeres empresarias.

Gustavsson (2020) determinó como propósito de este estudio, observar el 'espíritu empresarial' de las mujeres, las perspectivas familiares del espíritu empresarial, y el *Mumpreneurship* combinado con un enfoque de ciclo de vida. Para lo cual la autora identificó que la problemática se centró en cómo el género juega un papel agregador de valor. En este sentido, es preciso destacar que la tesis de investigación se definió como el valor adicional en la pesca se basa en colocarlo mediante un análisis dentro de un marco analítico feminista, tomando en serio el contexto de género en donde se realiza la adición de valor. Cabe mencionar, que el precitado autor, basó su investigación en entrevistas narrativas a profundidad con mujeres de familias de pescadores en Inglaterra y Gales. Por lo que, concluyó que es la investigación y las políticas futuras consideren el espíritu empresarial de las mujeres en la pesca, incluso si, superficialmente parece no ser tan importante como en realidad es.

Dhaliwal (2022) se interesó por estudiar el vacío de investigación que se identifica en la escasa literatura actual sobre mamás emprendedoras, especialmente en lo que respecta a los antecedentes y los desafíos propios de las emprendedoras, buscando que dicha información ayude a resolver la problemática sobre cuáles son los antecedentes que llevaron a la creación del emprendimiento y cuáles son los problemas y desafíos de ellas en función de del cual se hacen algunas sugerencias para el apoyo y éxito. Esta investigación se centró en comprender el concepto de mamá empresaria en el dominio del emprendimiento femenino. Para el efecto, aplicó un enfoque cualitativo y se estudió mediante la revisión de la literatura emergente para comprender la definición conceptual de las madres que logran emprender. Por consiguiente, la autora concluyó que el objetivo principal de las estas mujeres emprendedoras es un aumento de tiempo con sus familias y complacer sus motivaciones intrínsecas.

Chávez-Rivera, Fuentes-Fuentes y Ruíz-Jimenez (2021) abordaron la determinación de los factores en el contexto del emprendimiento femenino que se evidencian en Ecuador, pretendiendo que dicha investigación ayude a resolver la problemática de una contribución clave sobre que la investigación sobre la mujer y que lo que su espíritu empresarial ha hecho, a lo largo de los años, es reconocer que el fenómeno del espíritu empresarial no es neutral en cuanto al género. La tesis de investigación se centró en identificar los factores contextuales que influyen en el proceso emprendedor, la determinación y explotación de oportunidades empresariales, que se analizarán desde la perspectiva de una mujer empresaria. Para poder lograr esta identificación, aplicó un enfoque cualitativo de análisis de datos y comparación con la literatura. Al final, la autora identificó que en la búsqueda de lograr un equilibrio entre trabajo-familia y la reivindicación de su rol maternal logran un desarrollo profesional a través de la creación de empresas, aun cuando su crecimiento se ve reducido por atender mercados locales, contar con un número reducido de empleados o incluso no disponer de empleados y poca visión de expansión.

Sewwandi (2020) consideró el análisis de los factores externos e internos que sufren en la carencia de madres emprendedoras en el distrito de Kalutara, con el afán de que dicha investigación ayude a resolver el impacto de la economía mediante el desarrollo de las mujeres emprendedoras, principalmente de las madres casadas con hijos o madres solteras, ya que la población femenina es mayor que la

masculina en Sri Lanka. En cuanto a la tesis, es importante señalar que ésta se centró en las mamás emprendedoras que son el subgrupo de mujeres emprendedoras que combinan la maternidad, la feminidad y el emprendimiento con experiencia de embarazo. Para poder lograrlo se aplicó un estudio cualitativo, en el que se utilizaron nueve entrevistas semiestructuradas para recopilar datos. Finalmente, la autora pudo concluir que todos estos factores se agruparon en tres partes principales como: Factores Motivacionales que impactan en el éxito de las mamás emprendedoras, Desafíos que tuvieron que enfrentar las mamás emprendedoras, y Cualidades Personales que sustentan el éxito de las mamás emprendedoras.

Besamusca (2020) se interesó por explorar los patrones de los efectos de la maternidad en 23 países en donde se perciben ingresos medios y altos, sobre la decisión de madres que desean emprender frente al escenario del trabajador desfavorecido. En efecto, la autora identificó que la problemática de las madres emprendedoras y el del trabajador desfavorecido. En este sentido, la autora planteó la identificación de cuatro grupos de países para poder corroborar si las precitadas hipótesis o alguna de ellas, son ciertas. Para conseguirlo, estudió los datos de un censo internacional, con muestras completas de uso público. Finalmente, la autora concluyó principalmente que en un grupo de países el precedente de la maternidad en el trabajo empresarial aumenta en las mujeres de un nivel socioeconómico más bajo.

Khan y Rowland (2018) por su lado, abordaron el análisis de los obstáculos o dificultades que enfrentan las emprendedoras en Nueva Zelanda para iniciar nuevas actividades empresariales. El objetivo central de este trabajo se centró en que las trabas más frecuentes a las que se enfrentaron las madres emprendedoras en Nueva Zelanda fueron el crecimiento, las finanzas, el tiempo y buscar un equilibrio familiar. Para el efecto, aplicaron un enfoque cualitativo fenomenológico orientado a la recolección y análisis de datos, a través de la aplicación de ocho entrevistas semiestructuradas. A partir del diseño aplicado pudieron validar su proposición sobre las barreras que enfrentan las madres empresarias en ese país y consideran que el reconocimiento de esos factores se dirija a la implementación de sistemas de apoyo, recursos e iniciativas políticas, ya que estas mejorarían a dichas mujeres a superar obstáculos.

Sultana (2021) abordó los retos y desafíos que enfrentan las madres que emprenden en Bangladesh, pretendiendo ayudar a suavizar todas dificultades que

las madres empresarias enfrentan constantemente, brindando experiencias sobre las redes de apoyo emocional, los activos y el impulso estratégico que estas mujeres pueden necesitar para vencer otros obstáculos. En esta investigación, la autora aplicó un enfoque cualitativo junto con una táctica fenomenológica. Finalmente concluyó que Las madres empresarias de Bangladesh se enfrentan año tras año a diferentes desafíos.

Elsebaie, Ganebnykh, y Lunyakov (2019) se centraron en la experiencia de un subconjunto particular de mujeres empresarias que manejan su negocio en una de las áreas deprimidas de Rusia, la región de Kirov con la finalidad de buscar soluciones a la problemática de las necesidades, razones y fundamentos de las mujeres empresarias para iniciar y administrar su propio negocio en una zona deprimida de Rusia durante el período de su licencia por maternidad o cuidado de niños. Esta tesis de investigación se basó en los factores de empuje y atracción que influyen en la decisión de las madres jóvenes de iniciar sus propios negocios. Para poder lograr esta identificación, utilizaron métodos cualitativos para una comprensión más profunda de la experiencia de las madres empresarias. Consecuentemente, estos autores concluyeron que la razón económica sobre las mujeres europeas que quieren ser una buena madre, pero no solo amas de casa, conocer acerca del emprendimiento son importantes para entender las herramientas y poder desarrollar este tipo de negocios.

Khalid, Mehta, y Serfraz (2020) efectuaron un estudio sobre los obstáculos que enfrentan las madres emprendedoras en Pakistán, describiéndose este problema como el desconocimiento de “redes de apoyo, los recursos y actividades fundamentales que las mujeres necesitan para reducir las deficiencias...” (p.5) de sus negocios. Los autores presentaron como hipótesis de trabajo que el estigma, el tiempo, el crecimiento de la microempresa y el equilibrio familiar son los principales factores que afectan un apropiado desarrollo de las actividades iniciadas por madres. Para corroborar este planteamiento, los autores desarrollaron un trabajo de corte cuantitativo mediante la aplicación de cuestionarios estructurados que luego fueron validados en el SPSS. Los resultados encontraron evidencia de las variables descritas en la hipótesis sobre la intención de emprender y que es de suma importancia avivar el empoderamiento de género en entornos machistas como lo es el paquistaní, para así, lograr que estas iniciativas empresariales de madres de hogar tengan éxitos y sean estables económicamente para su hogar.

Salam, Haddad, y Abdel (2022) tuvieron como objetivo definir los principales factores motivacionales que influyen en las intenciones de las madres emprendedoras en Jordania, específicamente entre las madres emprendedoras naciente. El propósito de este estudio fue investigar la influencia de la jerarquía de necesidades de Maslow en la intención empresarial. La tesis de investigación se centró en reconocer los factores más importantes que influyen y motivan a las madres empresarias jordanas a tener sus negocios. Para poder abordarlo, los autores se basaron en un estudio transversal cuantitativo utilizando un muestreo de conveniencia para recopilar datos de 81 nuevas madres empresarias a través de una encuesta en línea que incluyó a nuevas madres empresarias jordanas. Finalmente, los autores concluyeron que las motivaciones intrínsecas incentivan a las madres emprendedoras mucho más que los factores externos.

### 5.3 METODOLOGÍA

Este estudio se efectuó bajo la metodóloga cualitativa, “la cual nos va a permitir profundizar en las causas de los fenómenos sociales, lo que resulta fundamental para su comprensión, éstas sirven para la obtención de información sobre las opiniones, creencias y valores de una sociedad en algún momento dado sin perseguir criterios de exhaustividad, extensión, ni representatividad, mencionando los aspectos relevantes que deben tener en cuenta para hacer una aplicación correcta del mismo” (Millán, 2018). Para tal efecto se tomó el método de estudio de caso, el cual trata de una investigación cuyo objetivo principal es estudiar un fenómeno dentro de un contexto real (Jácome y López, 2016). Éste se centra en investigar a profundidad las singularidades del mismo e indica los medios para la resolución de problemas.

Para la recolección de datos se utilizó la entrevista semiestructurada, “la cual ofrece al investigador sondear a los encuestados, además de poder mantener la estructura básica de la entrevista, incluso si se tratase de una conversación guiada entre investigadores y entrevistados, existe flexibilidad.” (Manuel, 2021). La entrevista se basó mediante un guion el cual se encuentra en el Anexo uno, este cuestionario está compuesto por 21 preguntas de las cuales desde la pregunta uno a la siete corresponde a los antecedentes, de la ocho a la 15 corresponden a los Factores influyentes o de motivación, 16 y 17 a los Desafíos y finalmente de la pregunta 18 a la 21 corresponde a las Cualidades personales específicas.

La elección de las personas que participaron en esta entrevista se efectuó mediante un criterio de conveniencia, “esta es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio que se la utiliza para poder crear muestras de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un determinado tiempo u otra especificación práctica de un elemento particular” (Otzen y Manterola, 2016, p. 3). Cuando se utiliza dicha técnica, se pueden observar hábitos, opiniones, relaciones y puntos de vista de manera más sencilla, vale decir que, la cantidad de participantes se definió mediante un criterio de muestreo por saturación, “este se refiere al instante después de la realización de un número de entrevistas el material cualitativo deja de aportar datos nuevos, en ese momento, los investigadores dejan de recoger más información (Martinez, 2011).

M1.- Tiene 31 años, vive en la ciudad de Machala, su estado civil es divorciada, tiene una hija. Su emprendimiento es la venta de ropa y artículos para el hogar, el cual tiene una antigüedad de ocho años.

M2.- Tiene 24 años, vive en la ciudad de Machala, su estado civil es unida, tiene dos hijos. Su emprendimiento es de bocaditos y postres de dulce, el cual tiene una antigüedad de un año.

M3.- Tiene 24 años, vive en la ciudad de Machala, su estado civil es unida, tiene una hija. Su primer emprendimiento es de detalles personalizados y el segundo emprendimiento de venta de artículos de limpieza para el hogar.

En el anexo dos se presentan las respuestas consignadas por las tres participantes, identificando sus rasgos generales al detalle y sus percepciones para las preguntas que conforman las cuatro dimensiones que caracterizan el emprendimiento desarrollado por madres.

## 5.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la tabla uno se presenta el perfil general de antecedentes de las madres que emprenden en la ciudad de Machala, el cual se puede categorizar como se muestra en la tabla 15.



Tabla 15. Antecedentes.

<b>Preguntas</b>	<b>Perfil General</b>
<b>P1 – Antecedentes</b>	Madres emprendedoras entre 24 y 31 años. Estudios secundarios completos.
<b>P2- Detalle de emprendimiento</b>	No disponen de local propio, todas hacen ventas mediante redes sociales.
<b>P3- Empleados</b>	Ninguna tiene empleados, es decir ellas hacen toda la labor, tanto receptor pedidos, como hacerlos.
<b>P4- Productos</b>	Emprendimientos enfocados en servicios de alimentación y comercialización de productos varios.
<b>P5- Donde venden</b>	Todas venden sus productos en la ciudad de Machala.
<b>P6- Cuando empezó</b>	Antigüedad de emprendimientos menor a 1 año y hasta 8 años, a fecha de la entrevista.
<b>P7- Hijos</b>	Por lo menos se tuvo un hijo al inicio del emprendimiento. En la actualidad el total de hijos vivos es de 1 a 2.

Nota. Elaborado por el autor.

El perfil de antecedentes de las madres emprendedoras que participaron en las entrevistas se puede categorizar de la siguiente manera: Tienen entre 24 y 31 años, tienen al menos estudios secundarios completos, los cuales han sido complementados con ciertos estudios universitarios incompletos en ciencias administrativas, así como cursos diversos que les ha permitido apuntalar la gestión de sus iniciativas de negocios. En lo que respecta al perfil familiar, dos de las participantes tienen una pareja estable mientras que la restante se encuentra separada; adicionalmente, tienen al menos un hijo vivo en la actualidad y al momento de iniciar sus emprendimientos dicho hijo se encontraba ya nacido. Sus negocios son unipersonales y no poseen un local propio para la venta de sus productos o servicios, en la totalidad de casos utilizan las redes sociales en cualquiera de sus modalidades. Sus emprendimientos se encuentran funcionando entre menos de un año y más de 8 años a la fecha de la entrevista. Su mercado meta está localizado en la ciudad de Machala y su propuesta de negocios se enfoca en la provisión de servicios de alimentación y comercialización de productos varios. En la tabla 16 se

presenta el perfil general de los factores influyentes o motivación que tienen las madres para emprender, se encontró lo siguiente:

Tabla 16. Factores Influyentes (Motivación).

Preguntas	Perfil General
<b>P8- Motivación</b>	Necesidad de dar sustento a la familia. Necesidad de autorrealización. Necesidad de trabajar. Inspiración en otros emprendimientos
<b>P9- Animo a iniciar</b>	Nadie las animo a iniciar con el emprendimiento.
<b>P10- Apoyo para realizar tareas</b>	Si la madre emprendedora tiene esposo, recibe apoyo de él. Si la madre emprendedora no tiene esposo, reparte en sí mismo el rol hogar-trabajo.
<b>P11- Objetivos cuando inicio</b>	Tener una entrada de dinero por sus hijos y tener su local propio.
<b>P12- Ingresos familiares suficientes antes de iniciar emprendimiento</b>	Mayormente los ingresos familiares no eran suficientes antes del inicio del emprendimiento.
<b>P13- Apoyo familiar</b>	No reciben apoyo suficiente de sus familiares.
<b>P14- Influencia de formación académica</b>	Las madres emprendedoras han estudiado o tomado cursos que le han servido para emprender.
<b>P15- Metas</b>	La independencia y el hacer crecer su negocio son metas que se plantean a largo plazo.

Nota. Elaborado por el autor.

En lo que respecta a la caracterización de los Factores Influyentes o Motivación, que dio paso al inicio del emprendimiento se encontrará intereses básicos antes que hedonistas; por ejemplo: Necesidad de sustento vs Necesidad de autorrealización y Necesidad de trabajar vs inspiración en otros emprendimientos. A partir del emprendimiento se planteó como principal objetivo táctico el lograr entrada de dinero para los dependientes (hijos) y tener un local propio. La prevalencia económica en los objetivos tácticos, así como en los intereses sobre el emprendimiento tienen relación con la percepción de los ingresos del hogar al que pertenecen, el cual se percibió como mayormente insuficiente. Un aspecto

importante para destacar es el sentimiento de apoyo en la realización de las actividades del negocio, así como en las labores familiares. Se ha podido encontrar que, si la madre emprendedora tiene pareja estable y que conviva con ella, es muy posible que tenga apoyo tanto en temas de negocio como de la vida familiar; si no se tiene pareja estable o esta no convive, no hay dicho apoyo. Sin embargo, pese a estas limitantes, las madres emprendedoras tienen como objetivo de largo plazo lograr que sus negocios crezcan y alcanzar independencia económica.

En la tabla 17 se presenta los desafíos que tienen las madres para emprender, se pudo observar lo siguiente:

Tabla 17. Desafíos.

Preguntas	Perfil General
<b>P16- Desafíos</b>	Mayormente los desafíos tienen que ver con la sostenibilidad comercial y financiera del emprendimiento. Los aspectos familiares tienen influencias sobre la salud y gestión del tiempo.
<b>P17- Equilibra trabajo familiar y empresarial</b>	Las madres emprendedoras aceptan pedidos y ventas mientras cumplen con su rol en el hogar. Elaboran el producto final mientras sus hijos estudian o duermen.

Nota. Elaborado por el autor.

Los desafíos que tienen las madres en sus emprendimientos provienen desde dos fuentes: (a) Profesional y (b) Familiar. En el caso de (a) se reconocen que hay limitaciones para lograr la sostenibilidad comercial y financiera de sus iniciativas, esto ocurre por el tipo de productos y servicios que ofertan que son de fácil competencia y no les asegura un mercado estable y repetitivo para sus emprendimientos. En lo que respecta a (b) el rol familiar limita las posibilidades de dedicar mayor atención y concentración a estimular el crecimiento de sus negocios, de manera que, la atención a los clientes (gestión de pedidos y prospección) la hacen en compartimiento con actividades de gestión del hogar y la preparación y entrega de productos la efectúan cuando los hijos estudian o duermen. Finalmente tenemos en la tabla 18 las Cualidades Personales Específicas de las madres emprendedoras, lo cual pudimos observar.

Tabla 18. Cualidades Personales Especificas.

Preguntas	Perfil General
<b>P18- cualidades que impactan para ser emprendedor</b>	Las madres emprendedoras se perciben como pacientes, dedicadas, confianza en sí mismo y perseverantes.
<b>P19-Puntos fuertes</b>	La principal fortaleza de las madres emprendedoras es la atención al cliente.
<b>P20- Cualidades específicas para ser empresaria. ¿Tienes usted esos?</b>	Las madres emprendedoras creen que su rol se debe caracterizar por dedicación, esfuerzo y perseverancia. Ellas consideran tener esas cualidades.
<b>P21- Supero los desafíos</b>	Las madres emprendedoras toman valor en sus hijos para perseverar.

Nota. Elaborado por el autor.

Las participantes consideran que las cualidades que debe tener una madre para ser emprendedora son: paciencia, dedicación, confianza en sí mismo y perseverancia. Estos valores se reconocen como fuertes para poder sortear las debilidades de sus emprendimientos, las tres participantes reconocen tener esas cualidades. Por otra parte, creen que el principal punto fuerte de sus emprendimientos es la atención al cliente. Adicionalmente, creen que su principal detonador tangible para perseverar en sus emprendimientos son sus hijos.

## 5.5 RESUMEN DEL CAPÍTULO

En este capítulo se abordó la situación problemática de la reducida temporalidad en los emprendimientos iniciados por amas de casa en la ciudad de Machala. Los antecedentes muestran que, según la tasa de actividad emprendedora, Ecuador es uno de los países con mayor igualdad de género en lo que respecta a la tasa de actividad emprendedora del emprendimiento por etapa, en negocios nacientes y nuevos. Los emprendimientos que inician las madres se caracterizan por factores como los que se enuncian a continuación: (a) inician con un capital menor, (b) falta de capacitaciones o conocimientos del emprendimiento y (c) son unidades que no aportan beneficios significativos, pero si mejoran la economía familiar. Esto genera que los emprendimientos iniciados por madres sean de pequeño tamaño, baja productividad y generación de ingresos para auto sustento.

A partir de la revisión teórica se encontró que las madres buscan un emprendimiento para mejorar la situación económica familiar y cumplir con su rol hogar-trabajo. Esto lo hacen para aumentar el tiempo con sus familias y complacer sus motivaciones intrínsecas, combinando la maternidad, la femineidad y su emprendimiento, incentivando a las madres emprendedoras mucho más que los factores externos. Hay que tener en consideración las barreras que enfrentan las madres empresarias en diferentes países y reconocer cuales son los factores para poder implementar varios sistemas de apoyo, recursos e iniciativas políticas, esto podría mejorar para que las madres puedan superar diferentes obstáculos y que finalmente sus emprendimientos tengan éxitos y sean económicamente estables para su hogar.

En el estudio del emprendimiento de las madres, se utilizó la metodología cualitativa, la cual permite profundizar en las causas de los fenómenos sociales, sirviendo para la obtención de información sobre las opiniones de las entrevistadas. También se tomó el método de estudio de caso, que se centra en investigar a profundidad las singularidades e indicar los medios para la resolución de problemas. En la recolección de datos se utilizó la entrevista semiestructurada, ésta ofrece al investigador sondear a los encuestados y poder mantener la estructura básica de la entrevista. Para la elección de las personas que participaron en esta entrevista se utilizó el criterio de conveniencia, esta es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio. Los hallazgos de las entrevistas sugieren que el principal detonador de la intención empresarial en madres emprendedoras es la necesidad de contribuir a ampliar los ingresos familiares y sentirse útiles en el plano laboral. Los factores hedonistas pasan a segundo plano, aunque no son despreciables, parece ser que estos se vuelven los detonadores a continuar el emprendimiento una vez que se alcanza estabilidad y crecimiento del mismo. Sin embargo, el compartir el rol familia-negocio parece tener alguna implicancia adicional en la marcha del emprendimiento y por eso la prevalencia de objetivos tácticos antes que estratégicos.

Dado que en los factores de motivación se reconoce que la falta de apoyo para las actividades de negocio y familiares, y en los antecedentes se manifiesta la condición de unipersonal de los emprendimientos; es consecuente que el principal desafío para la sostenibilidad del emprendimiento es la capacidad de congeniar las actividades empresariales con el rol familiar. Relacionando los factores que se han

reconocido como antecedentes, motivación, desafíos y cualidades se aprecia que hay un hilo conductor desde la configuración del emprendimiento en madres de hogar, los incentivos para emprender, los desafíos para lograr sostener sus negocios y finalmente las cualidades para gestar apropiadamente los emprendimientos. De manera que la familia y la necesidad de recursos económicos son las bases de estos negocios, la falta de apoyo afecta que haya mayor concentración en la gestión de emprendimientos y que por tanto estos negocios prácticamente mantengan el mismo curso y diseño pese a tener antigüedad de operación.

Con base a lo anterior, se presentan las siguientes recomendaciones de política pública local para prolongar la durabilidad de los emprendimientos iniciados en la ciudad de Machala por amas de casa:

- (1) Hacer un censo de emprendimientos dirigidos por madres para poder conocer quiénes son, donde están y trabajar en sus necesidades. Esta actividad puede ser ejecutada y recopilada por el GAD Municipal de Machala o en un alcance más general el GAD Provincial de El Oro. La información debe derivar en la construcción de un Registro de Emprendimientos que se encuentre disponible para la ciudadanía general y que pueda contactarlos.
- (2) Estructurar un centro cantonal o provincial de capacitación e incubación de emprendimientos que permita fortalecer las habilidades administrativas y comerciales que apuntalen la sostenibilidad de estas iniciativas de negocios. Este tipo de iniciativa podría tener una línea de subsidio para emprendimientos de subsistencia y para aquellos de mayor valor agregado un período inicial de asistencia (máximo tres años), luego del cual el beneficiario debe de ir reembolsando los costos de asistencia para de esa manera evitar cargas permanentes en los presupuestos locales.
- (3) Mediante alianza público-privada permitir la incursión de los emprendimientos con mayor valor agregado en las perchas de super mercados y tiendas al detalle, subsidiando ciertos costos que luego pueden reembolsarse cuando el negocio salga de su período de incubación.
- (4) Realización de ferias de negocios inclusivos, aprovechando los espacios públicos de la ciudad de Machala que tengan mayor gentrificación y

cercanía a espacios conurbanos (López-Vera, 2022) donde haya mayor asentamiento de emprendimientos dirigidos por madres. De esta manera se reducen los costos logísticos para el desarrollo del evento y la asistencia de los grupos interesados.

A nivel de política nacional se sugiere que para el caso de emprendimientos de subsistencia que no pueden tener el sentido de diferenciación ni crecimiento, y cuya función es únicamente la generación de algún ingreso debido a que la madre emprendedora no puede encontrar colocación laboral por las limitantes en su obligación familiar, por ejemplo, no tener con quien dejar a sus hijos:

- (1) Impulsar el desarrollo de guarderías y centros de cuidado infantil comunitarios que les permita laboral en las empresas. Estos espacios deben de contar con una fuente de financiamiento mixto: por un lado, los gobiernos locales en lo que respecta a sueldos y mantenimiento de infraestructura; empresas dedicadas a la provisión de suministros y materiales para el cuidado infantil, con el correspondiente incentivo de descuento tributario equivalente al valor al costo de los bienes que entreguen; y, un monto mínimo de pago de parte de las madres dependiendo de su nivel socioeconómico. Y,
- (2) Establecer regímenes especiales de contratación laboral para madres en condición de vulnerabilidad económica, para que de esta manera puedan equilibrar el rol trabajo-hogar y de esa manera romper el denominado *techo de cristal*. El cual se refiere a aquella situación en la que las responsabilidades de cuidado familiar no permiten la posibilidad de lograr las mismas posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional en las empresas.

## REFERENCIAS DEL CAPÍTULO

Banikema , A., y Tite, T. (2018). Causal or effectual? An exploratory study on women's entrepreneurial behavior and decision-making logic. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20 (2), 73-79. Doi: <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.73-79>

Besamusca, J. (2020). The short or long end of the stick? Mothers' social position and self-employment status from a comparative perspective. *Gender, Work and Organization*, 27 (6), 1285-1307. Doi: <https://doi.org/10.1111/gwao.12483>

Chávez-Rivera, M., Fuentes-Fuentes, M., Ruíz-Jiménez, J. (2021). Challenging the context: mumpreneurship, copreneurship and sustainable thinking in the entrepreneurial process of

women – a case study in Ecuador. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34 (3), 368-398. Doi: 10.1108/ARLA-07-2020-0172

Dhaliwal, A. (2022). The Mompreneurship Phenomenon: An Examination of the Antecedents and Challenges of Mothers in Business. *International Journal of Service Science, Management, Engineering and Technology*. 13 (1), 1-17. Doi: 10.4018/IJSSMET.290334

Ekinsmito, C. (2013). Managing the business of everyday life: the roles of space and place in “mumpreneurship”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19 (5), 525-546. Doi: <http://dx.doi.org/10.1108/IJEBR-10-2011-0139>

Elsebaie, N., Ganebnykh, E., y Lunyakov, M. (2019). Mumpreneurship for urban development. *E3S Web of Conferences 110*. Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201911002155>

Gustavsson, M. (2020). The invisible (woman) entrepreneur? Shifting the discourse from fisheries diversification to entrepreneurship. *Sociologia Ruralis Journal of the European Society for Rural Sociology*, 61 (4), 743-758. Doi: <https://doi.org/10.1111/soru.12343>

Jácome, I.M. y López, J. (2016). El estudio del caso en las ciencias empresariales. *Revista empresarial*. ISSN 1390-3748, Vol. 10, Nº. 40.

Khalid, R., Mehta, A., & Serfraz, A. (2020). Mumpreneurs and smes; problems, prospects and challenges. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17 (6), 1-14. Recuperado de: <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/1518>

Khan, M., y Rowland, C. (2018). Mumpreneurship in New Zealand: An exploratory investigation. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 38 (5-6), 459-473. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJSSP-08-2017-0106>

López-Vera, J. (2022). La percepción de espacios públicos en Machala: caso de estudio mercado central. *Economía Coyuntural*, 7(2), 93-116. Epub 00 de junio de 2022. <https://doi.org/1056274/ec.2022.v.7n2.4>

Manuel, T. J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Ceunca: Ediciones de la Universidad de CASTILLA-LA MANCHA. doi: [http://doi.org/10.18239/estudios\\_2021.171.00](http://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.00)

Martinez, C. (2011, 09 05). *SCielo*. Opgehaald van SCielo: <https://www.scielosp.org/article/csc/2012.v17n3/613-619/#:~:text=En%20el%20C3%A1mbito%20de%20la,b%20C3%BA%20no%20debe%20detenerse29>.

Millán, M. J. (2018, 09 26). *Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada*. Opgehaald van Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada: <https://isdfundacion.org/2018/09/26/la-finalidad-de-la-metodologia-cualitativa/>

Otzen, T., & Manterola, C. (2016, 12 19). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Salam, R. A., Haddad, S. A., y Abdel, A. (2022). Relationship between Maslow's hierarchy of needs and intentions. *Problems and Perspectives in Management*, 20 (3), 387-399. Doi: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.31](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.31)



Sewwandi, M. (2020). *Factors impact on success of mumpreneurs in sri lanka: a qualitative study based on kalutara district*. Thesis. Recuperado: <http://repo.lib.sab.ac.lk:8080/xmlui/bitstream/handle/susl/1793/PDF%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sultana, N. (2021). Does Motherhood Provoke Challenges for Woman Entrepreneurship? – Exploration of 'Mumpreneurship' in the Context of Bangladesh. The cost and management, 49 (6), 41-51. Recuperado de: <https://www.icmab.org.bd/wp-content/uploads/2022/02/Does-Motherhood-Provoke-Challenges-for-Woman-Entrepreneurship%EF%80%A5-%E2%80%93-Exploration-of-%E2%80%98Mumpreneurship-in-the-Context-of-Bangladesh-1-1.pdf>

## ANEXO A DEL CAPÍTULO: PREGUNTAS PARA ENTREVISTAR

### Antecedentes

1. ¿Puede proporcionarme información sobre sus antecedentes?
2. ¿Puede proporcionar detalles sobre el negocio que dirige?
3. ¿Tiene empleados?
4. ¿Cuáles son los productos que vende?
5. ¿Dónde vende sus productos?
6. ¿Cuándo empezaste tu emprendimiento?
7. ¿Cuántos hijos tienes?
  - a. ¿Cuáles son sus edades en la actualidad?
  - b. ¿Cuáles son sus edades cuando inician su negocio?

### Factores Influyentes (Motivadores)

8. ¿Qué te motivó a iniciar tu emprendimiento?
9. ¿Alguien te animó a iniciar este emprendimiento?
10. ¿Alguien le apoya para realizar sus tareas?
  - a. ¿Qué relación hay contigo?
  - b. ¿Qué acciones emprenden para apoyarte?
11. ¿Cuáles eran sus objetivos cuando inició inicialmente el negocio?
12. ¿Obtenía suficientes ingresos para la familia antes de iniciar este negocio?
13. ¿Cuál es la naturaleza del apoyo que recibe de su familia?
14. ¿Hay alguna influencia de su formación académica para ser mamá emprendedora?
15. ¿Cuáles son sus metas para el futuro?

## Desafíos

16. ¿Qué tipo de desafíos tuvo que enfrentar?
  - a. Inicialmente, ¿tuvo alguna dificultad para compaginar su trabajo con su vida familiar?
  - b. ¿Ha enfrentado algún estigma en su rol?
  - c. ¿Hay algún obstáculo que enfrenta a diario en su función?
  - d. ¿Cómo financiaste inicialmente tu empresa?
  - e. ¿Enfrentó alguna barrera para obtener financiamiento?
  - f. ¿Se enfrenta ahora a alguna barrera para obtener financiación?
  - g. ¿Cuántas horas estima que dedicaría a su negocio en una semana típica?
  - h. ¿Cuántas horas trabaja normalmente en el negocio por día?
  - i. ¿Estás trabajando más horas de las que inicialmente?
  - j. ¿Qué dificultades añadidas ha traído esto?
  - k. ¿Cómo reivindicó su formación académica en esta situación?
  - l. ¿Cuál es la naturaleza de las amenazas provenientes de los competidores?
17. ¿Cómo equilibra su trabajo familiar y empresarial?

## Cualidades Personales Específicas

18. ¿Cuáles son tus cualidades especiales que impactan para ser emprendedor?
19. ¿Cuáles son tus puntos fuertes?
20. ¿Cómo equilibra su negocio y su vida personal?
21. ¿Cuáles son las cualidades específicas que se exigen a una persona para ser empresaria? ¿Tienes esos?
22. ¿Cómo superó los desafíos de Mumpreneurship?

## ANEXO B DEL CAPÍTULO: ENTREVISTAS

### MUJER EMPRENDEDORA PRIMERA ENTREVISTA:

Buenos(as) días/tardes/noches. Soy estudiante de la UMET de la carrera de Economía y estoy realizando una entrevista para conocer las características de las amas de casa que deciden emprender.

#### **Antecedentes**

1. ¿Puede proporcionarme información sobre sus antecedentes?

**Entrevistada:** Claro, soy xxxxx soy una mujer y mama emprendedora, tengo 31 años, soy de la ciudad de Piñas, pero actualmente vivo en Machala, terminé mi bachiller y estuve estudiando contabilidad en la UTPL, pero no logre terminar mi carrera.

2. ¿Puede proporcionar detalles sobre el negocio que dirige?

**Entrevistada:** Ventas online mediante WhatsApp y Facebook de diferentes productos.

3. ¿Tiene empleados?

**Entrevistada:** No, en estos momentos trabajo sola

4. ¿Cuáles son los productos que vende?

**Entrevistada:** de hogar y perfumería, ropa y diferentes accesorios, en calzado lo hago mediante pedido y por temporadas. Lo traigo desde Colombia.

5. ¿Dónde vende sus productos?

**Entrevistada:** Por el momento aquí en Machala, pero antes de pandemia también en la parte alta.

6. ¿Cuándo empezaste tu emprendimiento?

**Entrevistada:** Hace años, cuando mi nena estaba chiquita, ella va a cumplir 8 años y yo la llevaba con 2 meses a que me acompañe a vender.

7. ¿Cuántos hijos tienes?

**Entrevistada:** Solo una niña y con ella me quedo.

a. ¿Cuáles son sus edades en la actualidad?

**Entrevistada:** 8 años

b. ¿Cuáles son sus edades cuando inician su negocio?

**Entrevistada:** 2 meses de nacida.

### **Factores Influyentes (Motivadores)**

8. ¿Qué te motivó a iniciar tu emprendimiento?

**Entrevistada:** Tener un ingreso, la necesidad de trabajar y darle un mejor sustento a mi niña.

9. ¿Alguien te animó a iniciar este emprendimiento?

**Entrevistada:** No, sola.

10. ¿Alguien le apoya para realizar sus tareas?

**Entrevistada:** No, yo vivo sola con mi hija y hago tanto las tareas del hogar como las ventas online.

11. ¿Cuáles eran sus objetivos cuando inició inicialmente el negocio?

**Entrevistada:** A corto plazo era tener dinero para poder subsistir, pero conforme pasaba el tiempo fui descubriendo mis capacidades y gracias a Dios con todo lo que yo he querido lo he logrado y he superado muchas cosas. Siempre quise tener un local, desde que inicié lo hice con algo super pequeño y a día de hoy tengo toda mi sala con mis productos.

12. ¿Obtenía suficientes ingresos para la familia antes de iniciar este negocio?

**Entrevistada:** Si, por que trabajaba en una empresa con un horario fijo, pero deje ese sueldo fijo por que quede embarazada y me di cuenta que si yo quería seguir trabajando en esa empresa debía de contratar a alguien que cuidara a mi hija y todo mi sueldo se iba ahí, pero sobre todo porque me iba a perder los momentos con mi niña.

13. ¿Cuál es la naturaleza del apoyo que recibe de su familia?

**Entrevistada:** Muy poco, ellos son de la parte alta y no me gusta pedir favores, entonces ellos a veces ni se enteran las necesidades que yo paso. Me gusta mucho la independencia.

14. ¿Hay alguna influencia de su formación académica para ser mamá emprendedora?

**Entrevistada:** Si, mi carrera de contabilidad y auditoría, pero no la termine en la UTPL. Pero siempre seguí en cursos, capacitaciones para seguir con mi emprendimiento. Pero mi fuerte siempre ha sido ventas que no tiene mucho que ver con contabilidad y auditoría, pero el conocimiento de esto me ha ayudado a organizar mejor la parte contable.

15. ¿Cuáles son sus metas para el futuro?

**Entrevistada:** Crecer, que mi emprendimiento siga creciendo y poder invertir para poder traer muchos más productos.

### **Desafíos**

16. ¿Qué tipo de desafíos tuvo que enfrentar?

**Entrevistada:** Un desafío caso sería lo económico, porque no tenía dinero para invertir. Otro muy importante fue la pandemia, ya que mis ventas bajaron mucho e incluso varias de mis clientas emprendieron en lo mismo que yo, también hace 4 años y medio la separación con el papá de mi hija, ahí ya totalmente gastos básicos los tuve que cumplir yo sola. Pero creo que lo que más me afectó fue el hecho de que estuviera delicada de salud.

a. Inicialmente, ¿tuvo alguna dificultad para compaginar su trabajo con su vida familiar?

**Entrevistada:** No ninguna, siempre me acople bien a ambas vidas. Me levantaba 4:30 am a hacer el desayuno y arreglar la casa y en los días que tenía que viajar para vender mis productos salía 7am, me hacía mi ruta y llegaba tipo 8-9 de la noche, todo esto lo hacía con mi hija en brazos. En cambio, en días donde no viajaba era arreglar la casa, estar con mi hija, hacer compras, recoger y entregar la mercadería y me tocaba ir en bus. Así me fui acoplando con ambas vidas.

b. ¿Ha enfrentado algún estigma en su rol?

**Entrevistada:** Si claro, muchas personas malintencionadas que han hecho comentarios, pero como mujer y como madre he mantenido mis actitudes claras y no dudo de mis capacidades para ejercer ambos roles. He tenido comentarios directamente que me han dicho "No creo que solo con los productos que vendes tengas dinero para tener tu propio negocio." Pero cuando uno tiene necesidades, uno ve esos comentarios, solo las ganas de salir adelante.

c. ¿Hay algún obstáculo que enfrenta a diario en su función?

**Entrevistada:** Si, quizás sea en lo económico, porque estoy pasando por temporada baja y justo que paso hace unos días el sismo y las personas no vinieron a retirar sus productos.

d. ¿Cómo financiaste inicialmente tu empresa?

**Entrevistada:** Pidiendo dinero, a mis amistades, a mi mamá, pero siempre fui cumplida con devolverles el dinero, incluso pedía con intereses porque a mí no me gusta quedar mal. Antes trabajaba con Mi Banquito, pero me daba un interés muy alto y ya finalmente pedirá al “chulco”.

e. ¿Enfrentó alguna barrera para obtener financiamiento?

**Entrevistada:** No, siempre hubo alguien que me ayudaba, si no era una persona era otra.

f. ¿Se enfrenta ahora a alguna barrera para obtener financiación?

**Entrevistada:** Si un poco, después de pandemia la mayoría perdió mucho, le pedía a mi mamá o a una buena distribuidora que me dejaba que lleve el producto y cuando los vendía me dejaba devolverle sin intereses. Le agradezco mucho porque a día de hoy puedo seguir con mi negocio por la ayuda de ella.

g. ¿Cuántas horas estima que dedicaría a su negocio en una semana típica?

**Entrevistada:** Bueno, en estos de las ventas es difícil ver cuanto dedico porque paso todo el día aquí en mi casa en donde tengo mis productos. Los pedidos no son todos los días, por ejemplo, si hoy de mañana puede haber algún pedido como también puede no haber. Claro mientras contesto consultas que me hacen también hago cosas del hogar, pero de ahí mientras puedo contestó.

h. ¿Cuántas horas trabaja normalmente en el negocio por día?

**Entrevistada:** Varía mucho, porque hay clientas que me han escrito incluso 9 de la noche por algún producto y yo encantada respondo. Entonces no podría decir cuantas horas trabajo al día.

i. ¿Estás trabajando más horas de las que inicialmente?

**Entrevistada:** Por supuesto, a día de hoy gracias a la tecnología puedo responder mensajes y en caso de que quieran algún producto incluso de noche se lo puedo enviar mediante motorizados.

j. ¿Qué dificultades añadidas ha traído esto?

**Entrevistada:** Dificultad no, porque entre más trabajo hay más ventas, entonces por mi mejor.

k. ¿Cómo reivindicó su formación académica en esta situación?

**Entrevistada:** Gracias a los cursos que he tomado puedo llevar mucho mejor la presión del trabajo, porque al tener conocimiento puedo hacerlo un poco más fácil.

l. ¿Cuál es la naturaleza de las amenazas provenientes de los competidores?

**Entrevistada:** Eeh... dentro de la competencia que fue algo que me paso el 2 de enero, me tumbaron mi página de Facebook, mi página de años en donde tenía mis clientes, me tumbaron todo y ahora estoy poco a poco empezando. Lo bueno es que la mayoría de clientes fieles volvieron a buscarme y ahora siempre trato que me tengan en WhatsApp. Pero si entre la competencia fue lo que más me afecto. También hay personas que traen en cantidades muy grande porque tienen capital, entonces lo venden más barato ya que ellos venden mucha cantidad, pero ganan hasta 0,5 centavos. Eso nos afecta a los emprendedores que no tenemos mucho capital para invertir.

17. ¿Cómo equilibra su trabajo familiar y empresarial?

**Entrevistada:** Bueno, para mí no es difícil equilibrar ambas, porque en lo empresarial si hay ventas estoy bien y en lo familiar con la única que comparto es con mi hija y prácticamente paso con ella siempre. De ahí con mi familia de la parte alta hacemos videollamada, o llamada.

### **Cualidades Personales Específicas**

18. ¿Cuáles son tus cualidades especiales que impactan para ser emprendedor?

**Entrevistada:** El entusiasmo, mis ganas de salir adelante y la parte que destaco es tratar de ayudar a todos los clientes para que queden satisfechos.

19. ¿Cuáles son tus puntos fuertes?

**Entrevistada:** La atención al cliente, principalmente el asesoramiento. Así sea que no tenga el producto en ese momento siempre trato de asesorarlo con

algún otro o intento conseguir con compañeras el producto que desea. Entonces el cliente va a serme fiel, porque se crea un lazo de amistad.

20. ¿Cuáles son las cualidades específicas que se exigen a una persona para ser empresaria? ¿Tienes esos?

**Entrevistada:** Para mi sería la buena voluntad, entusiasmo y espíritu emprendedor, porque si uno no tiene esas ganas de vender sus productos, no lo va a lograr. Nosotros nos vamos formando en el camino y de este mundo se estudia, siempre que hay una necesidad nace un emprendedor. Mas que todo cuando se trata de ventas, porque tengo esa seguridad que tengo un buen producto, una buena atención y así cambie muchos productos todos los voy a vender.

21. ¿Cómo superó los desafíos de Mumpreneurship?

**Entrevistada:** El positivismo que pongo, si no tengo ese positivismo y el saber que tengo a una persona que amo a cargo mío, porque si no vendo no tengo para darle de comer, ya no tengo que ver solo por mí, también tengo que ver por la que es mi fuerza, mi impulso, la que me pone los pies sobre la tierra. Cumplir con esa responsabilidad. También el poner mi fe en Dios y darle mis miedos a Él para poder seguir con mi emprendimiento.

**Entrevistadora:** Muchas gracias por realizar esta entrevista conmigo, le agradezco su tiempo y sinceridad.



## MUJER EMPRENDEDORA SEGUNDA ENTREVISTA:

Buenos(as) días/tardes/noches. Soy estudiante de la UMET de la carrera de Economía y estoy realizando una entrevista para conocer las características de las amas de casa que deciden emprender.

### **Antecedentes**

1. ¿Puede proporcionarme información sobre sus antecedentes?

**Entrevistada:** Hola Joselyn mi nombre es xxx, tengo 24 años, soy de la ciudad de Guayaquil, pero hace dos años y medio me mude a Machala, 2 hijos y estoy casada.

2. ¿Puede proporcionar detalles sobre el negocio que dirige?

**Entrevistada:** Si claro, ahorita me dedico a la pastelería por porciones o enteras y diferentes piqueos para eventos.

3. ¿Tiene empleados?

**Entrevistada:** No, trabajo sola... yo hago todo desde la mano de obra hasta contestar los diferentes pedidos por WhatsApp.

4. ¿Cuáles son los productos que vende?

**Entrevistada:** Bueno pues, tengo una gran variedad tengo tres leches, torta mojada de chocolate, hago también piqueos como mouse, chorizos tartaletas.

5. ¿Dónde vende sus productos?

**Entrevistada:** Por ahora los hago en mi casa y los vendo aquí en Machala.

6. ¿Cuándo empezaste tu emprendimiento?

**Entrevistada:** Le comento que recién estoy comenzando, si no estoy mal ya casi un año.

7. ¿Cuántos hijos tienes?

**Entrevistada:** Tengo 2 hijos.

a. ¿Cuáles son sus edades en la actualidad?

**Entrevistada:** Tengo uno de 7 años y el pequeño de 5 años.

b. ¿Cuáles son sus edades cuando inicio su negocio?

**Entrevistada:** 6 años y el menor 4.

### **Factores Influyentes (Motivadores)**

8. ¿Qué te motivó a iniciar tu emprendimiento?

**Entrevistada:** Bueno la necesidad de ver que a mis hijos no le faltara nada, como le comentaba yo no soy de aquí y al llegar me encontraba sola, sin ningún familiar que me ayude y tengo a mis hijos pequeños entonces no tenía con quien dejarlos, esa fue una decisión que me impulso para poder ayudarme económicamente.

9. ¿Alguien te animó a iniciar este emprendimiento?

**Entrevistada:** No, yo misma empecé a meterme en cursos para poder aprender y así emprender, como me llamaba la atención la pastelería seguí con eso para mí emprendimiento.

10. ¿Alguien le apoya para realizar sus tareas?

**Entrevistada:** Mmmm... si mi esposo cuando puede me ayuda.

a. ¿Qué relación hay contigo?

**Entrevistada:** Es mi esposo.

b. ¿Qué acciones emprenden para apoyarte?

**Entrevistada:** El me ayuda entregando, cuando tengo un pedido y él está disponible me ayuda dejándolo.

11. ¿Cuáles eran sus objetivos cuando inició el negocio?

**Entrevistada:** Un objetivo era contribuir al hogar en cuestión económica, poder tener un dinero a parte del sueldo de mi esposo y también porque no les faltara nada a mis hijos y Dios mediante tener un local.

12. ¿Obtenía suficientes ingresos para la familia antes de iniciar este negocio?

**Entrevistada:** No, porque no me encontraba trabajando.

13. ¿Cuál es la naturaleza del apoyo que recibe de su familia?

**Entrevistada:** La verdad solo la de mi esposo. Mi familia está en guayaquil y prácticamente aquí no tengo a nadie que me pueda ayudar.

14. ¿Hay alguna influencia de su formación académica para ser mamá emprendedora?

**Entrevistada:** Bueno... del colegio ninguno, pero tome cursos para poder

ayudarme a emprender y a administrar de manera consiente los recursos de mi emprendimiento.

15. ¿Cuáles son sus metas para el futuro?

**Entrevistada:** Crecer, que mi negocio crezca, poder ir comprando más cositas y ponerme un local, necesito más materiales para que crezca mi emprendimiento.

### **Desafíos**

16. ¿Qué tipo de desafíos tuvo que enfrentar?

**Entrevistada:** Muchas cosas, problemas económicos o el simple hecho de salir a comprar los materiales para la torta y los niños no tienen clase me toca ir con ellos, es más complicado. También al momento de elaborar los pasteles ellos me consumen bastante tiempo.

El hecho de que vine a Machala en pandemia y no conocía a nadie, sin recomendaciones.

a. Inicialmente, ¿tuvo alguna dificultad para compaginar su trabajo con su vida familiar?

**Entrevistada:** Si claro, fue difícil... como uno trabaja en casa creen que es fácil, pero no es así porque uno tiene que darse tiempo para todo, cocinar, los niños, la casa y el emprendimiento.

b. ¿Ha enfrentado algún estigma en su rol?

**Entrevistada:** Una vez hace mucho tiempo una persona si me dijo que por que emprendía si yo tenía un esposo y él era el que me tenía que dar todo, pero no es así, el hecho que tenga esposo no quiere decir que yo no pueda emprender o tener mis propios ingresos, no me puedo quedar sentada sin hacer nada. Uno como mama y mujer necesita ser económicamente estable ante situaciones difíciles.

c. ¿Hay algún obstáculo que enfrenta a diario en su función?

**Entrevistada:** No obstáculo, pero si se me hace un poco difícil el hecho de tener a los niños pequeños y tener que dedicarles tanto tiempo, me baso en el hecho de que yo creo que si tuviera a mi mama ayudando sería más fácil, porque estoy sola casi todo el día con mis hijos en una ciudad nueva.

d. ¿Cómo financiaste inicialmente tu empresa?

**Entrevistada:** Con mi esposo, el me ayudo a comprar poco a poco materiales y las cosas que necesitaba.

e. ¿Enfrentó alguna barrera para obtener financiamiento?

**Entrevistada:** No ninguna porque él siempre estaba puesto a ayudarme. La única barrera fue el hecho económico que teníamos poco dinero y tenía que recuperar rápidamente lo que se invirtió.

f. ¿Se enfrenta ahora a alguna barrera para obtener financiación?

**Entrevistada:** Si y no, a veces me falta poner más capital, pero para eso necesito más clientes y bueno tengo que seguir invirtiendo.

g. ¿Cuántas horas estima que dedicaría a su negocio en una semana típica?

**Entrevistada:** Esteee... varía lo que tenga de pedidos, pero póngale unas 12 horas.

h. ¿Cuántas horas trabaja normalmente en el negocio por día?

**Entrevistada:** Bueno como más trabajo por pedidos depende mucho de eso, por ejemplo, ayer hice leches, pero otro día puedo vender 4 tortas de chocolate, pero aproximadamente unas 4-5 horas.

i. ¿Estás trabajando más horas de las que inicialmente?

**Entrevistada:** Si claro muchas más, gracias a Dios tengo más pedidos, empecé de 0 con ninguna referencia.

j. ¿Qué dificultades añadidas ha traído esto?

**Entrevistada:** En cuestión económica ninguna, porque tengo más ingresos y eso es beneficioso para mí, para mis hijos y para mi hogar, pero en cuestión con mis hijos si porque me quita tiempo con los bebés.

k. ¿Cómo reivindicó su formación académica en esta situación?

**Entrevistada:** Bueno, tal vez los cursos que tome me sirvieron mucho para seguir creciendo, por que al principio no sabía ni como empezar.

l. ¿Cuál es la naturaleza de las amenazas provenientes de los competidores?

**Entrevistada:** Lo que es la experiencia, porque tienen mucho más tiempo en el mercado y también tienen más clientes, hacen compras al por mayor y así pueden dejar el producto más económico.

17. ¿Cómo equilibra su trabajo familiar y empresarial?

**Entrevistada:** Cuando los niños estaban en la escuela, hacia todos los pedidos en la mañana, salía a comprar, hacia las cosas del hogar, así tenía toda la mañana para labores del hogar y en la tarde me dedicaba a ellos.

### **Cualidades Personales Específicas**

18. ¿Cuáles son tus cualidades especiales que impactan para ser emprendedor?

**Entrevistada:** Paciencia, dedicación y perseverancia. No rendirse a la primera si no tener fe de que todo saldrá bien.

19. ¿Cuáles son tus puntos fuertes?

**Entrevistada:** Mis ganas de esforzarme, mi atención que brindo a mis clientes, las ganas que le pongo a mi emprendimiento para poder darles a mis hijos lo mejor.

20. ¿Cuáles son las cualidades específicas que se exigen a una persona para ser empresaria? ¿Tienes esos?

**Entrevistada:** Dedicación, esfuerzo, se necesita perseverancia por que los resultados no se ven de la noche a la mañana, tienen que pasar por muchas cosas para recién ver los frutos del esfuerzo.

Si yo creo que tengo todas esas cualidades, por eso mis ganas de seguir haciendo crecer el negocio.

21. ¿Cómo superó los desafíos de Mumpreneurship?

**Entrevistada:** Tratar de organizarme, siempre aprovecho mi tiempo para poder dedicarme a mi emprendimiento, mis hijos y el hogar.

**Entrevistadora:** Muchas gracias por realizar esta entrevista conmigo, le agradezco su tiempo y sinceridad.

## MUJER EMPRENDEDORA TERCERA ENTREVISTA:

Buenos(as) días/tardes/noches. Soy estudiante de la UMET de la carrera de Economía y estoy realizando una entrevista para conocer las características de las amas de casa que deciden emprender.

### **Antecedentes**

1. ¿Puede proporcionarme información sobre sus antecedentes?

**Entrevistada:** Hola Joselyn que tal, mi nombre es XXX tengo 24 años, nací y vivo en Machala, también me gradué de ingeniería en gestión empresarial.

2. ¿Puede proporcionar detalles sobre el negocio que dirige?

**Entrevistada:** Actualmente me dedico a 2 tipos de emprendimiento, el primero es la realización de detalles personalizados y la otra es ventas de producto para la limpieza del hogar. Todos los pedidos los recepto por WhatsApp e Instagram.

3. ¿Tiene empleados?

**Entrevistada:** No, por el momento en ambos yo trabajo sola.

4. ¿Cuáles son los productos que vende?

**Entrevistada:** En cuestión de los detalles personalizados son desayunos con bandejas personalizadas dependiendo de la ocasión como cumpleaños o aniversarios, con distintos menús, por ejemplo, tigrillo con bistec, bolón de queso, ensalada de fruta, granola etc. En la venta de productos de limpieza seria cloro, antisarro, desengrasante, detergente entre otros.

5. ¿Dónde vende sus productos?

**Entrevistada:** Actualmente en Machala, pero si alguien desea para algún lugar cerca de Machala como por ejemplo Guabo se haría él envió mediante un motorizado.

6. ¿Cuándo empezaste tu emprendimiento?

**Entrevistada:** Los detalles personalizados hace unos 4 años y con el de productos del hogar hace unos 6 meses.

7. ¿Cuántos hijos tienes?

**Entrevistada:** Por el momento una niña.

a. ¿Cuáles son sus edades en la actualidad?

**Entrevistada:** Ella tiene 18 meses, esta chiquita aún.

b. ¿Cuáles son sus edades cuando inician su negocio?

**Entrevistada:** Cuando empecé con los productos de limpieza tenía 1 año

### **Factores Influyentes (Motivadores)**

8. ¿Qué te motivó a iniciar tu emprendimiento?

**Entrevistada:** Bueno... siempre me ha gustado la creatividad entonces me fijaba en paginas por redes sociales que me inspiraron a iniciar con el emprendimiento de desayunos, y claro la necesidad económica en ese momento para tener un ingreso. El de los productos de limpieza en cambio, me motivo el hecho de ya tener a mi nena de 1 año y poder seguir dedicándole tiempo, pero no dejar de generar un dinero, ya que a raíz de la pandemia sufrimos muchos cambios.

9. ¿Alguien te animó a iniciar este emprendimiento?

**Entrevistada:** Nadie la verdad, yo sola me propuse iniciar con el emprendimiento y ya mi familia estuvo de acuerdo.

10. ¿Alguien le apoya para realizar sus tareas?

**Entrevistada:** Si, si recibo de vez en cuando ayuda.

a. ¿Qué relación hay contigo?

**Entrevistada:** Mis padres y mi esposo.

b. ¿Qué acciones emprenden para apoyarte?

**Entrevistada:** Mis papas cuando necesito hacer una entrega me ayudan cuidando a mi hija y en caso de mi esposo me ayuda con el transporte.

11. ¿Cuáles eran sus objetivos cuando inició inicialmente el negocio?

**Entrevistada:** Veras que al principio mi objetivo era ponerme una tienda de regalos, pero ya mi prioridad ha cambiado un poquito por el tema de mi hija, ahora gracias a mis emprendimientos puedo generar más ingresos y hacer todo aquí en casa puedo pasar tiempo con ella.

12. ¿Obtenía suficientes ingresos para la familia antes de iniciar este negocio?

**Entrevistada:** No muchos, porque aún vivía con mis papas en ese tiempo entonces el emprender al principio fue por generar un dinero para mis necesidades y poder ayudarles.

13. ¿Cuál es la naturaleza del apoyo que recibe de su familia?

**Entrevistada:** Sí, o sea por parte de mi esposo el me da nuevas ideas para yo seguir y poder darle lo mejor a los clientes.

14. ¿Hay alguna influencia de su formación académica para ser mamá emprendedora?

**Entrevistada:** Yo creo que me ha enseñado mucho en la parte administrativa, como manejar mi tiempo, mi espacio, mi dinero, eso ha sido de gran utilidad.

15. ¿Cuáles son sus metas para el futuro?

**Entrevistada:** Quisiera ser independiente al 100 y hacer que mi negocio crezca para poder seguir pasando tiempo con mi familia y mi hija.

### **Desafíos**

16. ¿Qué tipo de desafíos tuvo que enfrentar?

**Entrevistada:** La competencia, había muchos emprendimientos igual al mío, que tienen más clientes y lo cual hacen que manejan otros precios más económicos, entonces es un poco difícil llegar al público.

a. Inicialmente, ¿tuvo alguna dificultad para compaginar su trabajo con su vida familiar?

**Entrevistada:** En realidad no, porque me acople al momento y tal vez la única dificultad fue en tiempo de pandemia que deje un poco de lado mi página en donde recepto pedidos, ya que también me encontraba embarazada.

b. ¿Ha enfrentado algún estigma en su rol?

**Entrevistada:** Si claro, hay comentarios en donde menosprecian el hecho de ser una mujer emprendedora y más encima con una hija, pero en realidad nunca he dejado que me afecte porque sé lo que valgo y sé que mi trabajo tanto en la maternidad como en mi emprendimiento vale mucho.

c. ¿Hay algún obstáculo que enfrenta a diario en su función?

**Entrevistada:** Quizás el factor tiempo, porque mi hija esta aun pequeña y demanda mucha atención mía, eso hace que a veces no me permita realizar ciertas tareas, pero claro siempre intento manejar la situación y hago todo junto con ella.

d. ¿Cómo financiaste inicialmente tu empresa?

**Entrevistada:** Con unos ahorros que tenía de los que me daban mis papas para la u y también en la universidad realizaba trabajos a compañeros.



e. ¿Enfrentó alguna barrera para obtener financiamiento?

**Entrevistada:** No ninguno.

f. ¿Se enfrenta ahora a alguna barrera para obtener financiación?

**Entrevistada:** No he intentado hacerlo con alguna entidad bancaria, siempre he hecho crecer mi emprendimiento con mis propios ahorros o con la ayuda de mi esposo que me ayuda económicamente.

g. ¿Cuántas horas estima que dedicaría a su negocio en una semana típica?

**Entrevistada:** Bueno esto va a depender mucho de cuantos pedidos reciba, como las ventas no son diarias puede variar bastante, en caso de los detalles personalizados a la semana podría ser unas 9 horas semanales, en cambio con la venta de productos del hogar si se tendría que pedir al proveedor, recolectar productos, enviar etc., este me tomaría unas 4 horas semanales.

h. ¿Cuántas horas trabaja normalmente en el negocio por día?

**Entrevistada:** En los desayunos sería hacer la comida y decorar la bandeja dependiendo de la ocasión podría demorarme 3h al día y en la venta de productos de limpieza hacer toda la logística unas 2h.

i. ¿Estás trabajando más horas de las que inicialmente?

**Entrevistada:** Si se podría decir que ahora trabajo más que desde hace 4 años.

j. ¿Qué dificultades añadidas ha traído esto?

**Entrevistada:** La verdad para ser sincera ninguna, porque me gusta lo que hago y ganar dinero por ello, claro también me agrada que todo esto también me permita realizar las tareas del hogar y pasar tiempo con mi hija.

k. ¿Cómo reivindicó su formación académica en esta situación?

**Entrevistada:** El manejo de recursos, me ayudo bastante por eso me gusta la carrera que me gradué.

l. ¿Cuál es la naturaleza de las amenazas provenientes de los competidores?

**Entrevistada:** Se podría decir que una amenaza es que venden los mismos productos, en caso desayunos la mayoría venden el mismo menú y esto hace que el producto no sea exclusivo. En la venta de productos de limpieza la amenaza sería

los competidores que piden al por mayor entonces pueden vender su producto más económico.

17. ¿Cómo equilibra su trabajo familiar y empresarial?

**Entrevistada:** Bueno por el momento si puedo hacer un balance, puedo hacer mis detalles personalizados cuando mi hija duerme y recolectar pedidos a cualquier hora ya que tengo el celular a la mano.

### **Cualidades Personales Específicas**

18. ¿Cuáles son tus cualidades especiales que impactan para ser emprendedor?

**Entrevistada:** Yo creo que ser arriesgada y comprometida, soy bastante perseverante cuando me propongo realizar alguna tarea, no paro hasta que lo termino.

19. ¿Cuáles son tus puntos fuertes?

**Entrevistada:** Sin duda mi imaginación al hacer los personalizados y la atención que le doy a mis clientes al momento de vender cualquier producto, doy varias opciones para que elijan y esto me ayuda a tener una cercanía con ellos.

20. ¿Cuáles son las cualidades específicas que se exigen a una persona para ser empresaria? ¿Tienes esos?

**Entrevistada:** Ser comprometida, competitiva, responsable y arriesgada, un empresario nace desde las necesidades y carencias de una persona que quiere salir adelante, entonces sin duda la más importante es la perseverancia porque es difícil empezar de 0, más aún si tienes a un hijo o hija que depende de eso.

Si claro que tengo todos eso, por eso mis ganas de seguir creciendo con mi emprendimiento que me permite compartir momentos con mi hija.

21. ¿Cómo superó los desafíos de Mumpreneurship?

**Entrevistada:** Al principio bien, estaba soltera y podía realizar mis desayunos con más tranquilidad, pero cuando nació mi bebé se me complico ya que demanda más tiempo y me aleje un poco de mi emprendimiento, pero ahora si estoy 100% dedicada a ambas cosas y me va súper bien.

**Entrevistadora:** Muchas gracias por realizar esta entrevista conmigo, le agradezco su tiempo y sinceridad.

# CAPÍTULO 6

## CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO INICIADO POR MIGRANTES VENEZOLANOS EN LA CIUDAD DE MACHALA, ECUADOR<sup>1</sup>

### 6.1 INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la oficina de ACNUR (2022) existen más de 7.1 millones de personas refugiadas y migrantes de Venezuela en todo el mundo, donde más del 80% de esa cifra se encuentran habitando en 17 países de América Latina y el Caribe. El Análisis de Necesidades de Refugiados y Migrantes preparado por la Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela R4V (2022) indicó que Ecuador acoge a más de medio millón de personas en situación de refugio y migración procedentes desde Venezuela, al mes de septiembre de 2022; sin contar por los grupos que consideran a Ecuador como país de paso hasta llegar a Perú o Chile.

Las necesidades de los migrantes venezolanos en Ecuador se caracterizan por necesidades de acceso a alimentos, alojamiento/albergue y empleos o medios para ganarse la vida. Todas estas necesidades gravitan en torno a bajos salarios o ingresos laborales que dificultan la capacidad de mantenerse a sí mismo y a sus familias. Por ejemplo, cerca del 86% de venezolanos migrantes en Ecuador indican no contar con ingresos suficientes para satisfacer sus necesidades básicas, de manera que han tenido que recurrir a medios de supervivencia como: trabajar más horas, vender bienes personales/activos, mendigar en las calles, retirar a hijos e hijas de la escuela y enviarlos a trabajar (Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela R4V, 2022).

La mayoría de los venezolanos que se encuentran como migrantes en Ecuador tuvieron que tomar la decisión de salida de su país de origen dada la difícil situación económica y social. Esta elección no fue parte de un plan ordenado de

<sup>1</sup> El autor agradece la participación de la estudiante Anshie Guayanay Jiménez en el apoyo para el levantamiento de información y aplicación de instrumentos.

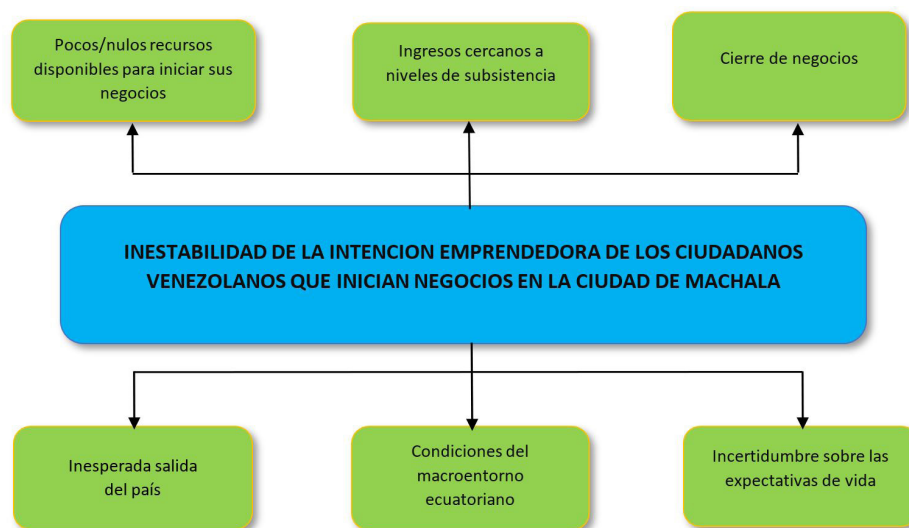
movilización y cambio de país, sino que ocurrió en un marco mental de mucha improvisación e incertidumbre sobre las condiciones que encontrarían hacia el país de acogida seleccionado. De esta manera se genera un estado de tensión y preocupación que impide desempeñarse apropiadamente y concentrarse en los desafíos que se deben enfrentar.

En el caso de las personas que se movilizaron hacia Ecuador se encontraron con un país de acogida con problemas similares a los que dejaron en Venezuela. Desde la crisis sanitaria de la COVID19, el macroentorno de negocios no ha podido recuperarse en términos de expansión productiva previa y de capacidad de inserción laboral. Esta situación significa que el grado de desarrollo de negocios, así como la posibilidad de encontrar empleo asalariado se encuentra restringida hacia encontrar oportunidades de mercado que sean sostenibles y estables.

Debido a esta constante exposición mental a entornos con perturbaciones económicas importantes, los migrantes venezolanos presentan rasgos de incertidumbre y preocupación sobre su vida. Una de las preocupaciones importantes es la capacidad de obtener ingresos suficientes para poder atender las necesidades vitales personales y familiares. En el caso de quienes han iniciado emprendimientos han encontrado problemas para mantener sus negocios debido a que estos surgen de la necesidad de subsistencia y no de la captura de oportunidades de mercado que les pueda dotar de algo de estabilidad (López-Vera et al., 2017). Debido a ello, el problema que aborda este trabajo se enuncia como Inestabilidad de la intención emprendedora de los ciudadanos venezolanos que inician negocios en Machala.

Las consecuencias de los factores antes enunciados que provocan la situación problemática por analizar son: (1) Los negocios que inician disponen de pocos o nulos capitales de inicio. Lo cual impacta directamente sobre el capital de trabajo y la capacidad de poder explorar sobre bienes o servicios diferenciados y que les permita crear atributos que generen una fuente de ventaja. Al tener poco margen de maniobra entonces se vuelven pocos viables en el tiempo, y (2) El nivel de ingresos que generan estos negocios es muy bajo, usualmente los fondos se usan para la subsistencia y luego para la reposición de las operaciones. Esta poca posibilidad de separar el dinero del negocio del personal lleva a la falta de movilidad de tamaño en sus microempresas, de manera que se mantienen operando al mínimo de sus capacidades mientras la generación de ingresos sea funcional a las necesidades vitales. En la figura 7 se muestra el árbol del problema para este ensayo.

Figura 7. Identificación del árbol del problema.



Nota. Elaborado por el autor.

Como corolario a lo anterior, los negocios de migrantes que operan en subsistencia tienden a desaparecer con el tiempo, provocando de esta manera una sensación mayor de frustración. En este contexto, se desprende que entre las necesidades prioritarias de los migrantes venezolanos incluye entre otras cosas mejorar los niveles de ingresos, integración socioeconómica y promoción de la autosuficiencia. El desarrollo de esta investigación es pertinente para la creación de un perfil del migrante emprendedor venezolano en la ciudad de Machala, que permita comprender su rol dentro del mercado local y su influencia sobre los hábitos de consumo locales.

## 6.2 MARCO TEÓRICO

Solano (2022) desarrolló un trabajo en el cual se evaluó la situación de refugiados y migrantes venezolanos en 17 países de América latina y el Caribe. La investigación partió de la premisa que las personas en condición de desplazamiento se han visto envueltas en situaciones de vulnerabilidad que afecta a sus derechos y necesidades humanas básicas. Durante los últimos años ha existido un flujo continuo de personas que migran de su país de origen en busca de mejoras de sus condiciones socio económicas, para ello no han reparado en el uso de vías regulares

o irregulares con el objetivo de llegar hacia un país de acogida que les brinde mejores oportunidades de desarrollo. Para evaluar los resultados de la migración de venezolanos hacia América latina y el Caribe, el autor aplicó encuestas orientadas a medir criterios formativos, de salud, situación nutricional, entre otros; con el objetivo de que los participantes evalúen el grado de mejora percibida entre su situación antes de la migración y después. Los resultados del estudio muestran una situación de ambigüedad entre grupos de migrantes, así, por ejemplo, hay quienes mejoraron su situación económica mediante la inserción laboral y hay otros que han sentido con mayor dureza la discriminación y la falta de cohesión social en sus procesos de integración con la sociedad en el país de acogida. De esta manera, la contribución de la migración de venezolanos en LATAM ha tenido efectos diversos en el plano económico y social: en el primer caso hay una expansión de la producción en los países de acogida sobre todo en lo que respecta a sistemas de subsistencia e informalidad; en el otro plano, ha supuesto aumentos en la inseguridad y en la demanda de bienes públicos: sistema de salud y alimentación.

Según Sinkovicsj y Reuber (2021), investigó sobre el emprendimiento de los migrantes de Venezuela. Donde exclusivamente la actividad empresarial de la población nacida en el extranjero ha adoptado la importancia de los organismos supranacionales, como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), la OIM y el Instituto de las Naciones Unidas para la Formación y la Investigación. Para recolectar un poco más de información, se fue encuestando poco a poco a familias por ubicación y cultura migrante. Los resultados muestran que carecen de recursos de dicha población, las cuales se los puede ayudar dando becas de emprendimiento para así puedan mejorar sus capacidades en la implementación de negocios y cambiar su situación económica.

Por otro lado, Naudé, Siegel y Marchand (2007), analizó como se responden y plantean las preguntas críticas sobre la migración y el proceso empresarial del desarrollo económico. Las políticas públicas lastimosamente no benefician a los segmentos poblacionales de nivel socioeconómico bajo, debido a que se omite sus deficiencias estructurales en gestión y no se dimensiona la importancia de su emprendimiento como modo de supervivencia propia, afectando así en su desarrollo como migrante y su espíritu empresarial. Este trabajo recogió información de 69

empresas iniciadas por migrantes en varios países, se utilizó la encuesta GEM con la que se pudo comprobar cuál es su relación con otra empresa. Dado esto arrojó como respuesta que los inmigrantes trabajan más por su propia cuenta a comparación de los nativos, ya que las políticas públicas no los respaldan del todo, esto resulta una discriminación para los inmigrantes.

En ese sentido, Rames (2016) consideró, que los inmigrantes pueden salir a delante sin la ayuda misma del país de acogida, con un capital muy mínimo, empezando poco a poco. A modo de ejemplo, este autor revisó el caso del emprendimiento migrante en Reino Unido y como este sirvió para mejorar su sistema económico. Para profundizar más su acogida a este país se realizó investigaciones sobre varios parámetros como la migración de género, la guetización del mercado, entre otros. Además, el empresario migrante, se aprecia adecuadamente dentro del ámbito empresarial que puede adquirir conocimientos y realizar actividades al igual que la población nativa, sobrepasar sus perspectivas y demostrar que no por migrantes quieran perjudicar al país, si no ayudarlo a que se desarrolle.

Vlacic, Paul, Dana, Sahasranamam y Glinka (2020), analizaron el problema sobre los emprendedores inmigrantes, los cuales son cuestionados en el país donde se radican, debido a que no cuentan con los recursos suficientes para crecer. Los empresarios inmigrantes son discriminados, ya sea por las características de cada familia, color de piel, diferencias culturales, esto se da que tienen una gran comparación de sus orígenes étnicos. Levantaron información de grupos de empresarios inmigrantes, para lo cual emplearon entrevistas, análisis y estudios de casos. Gracias a esto se pudo dar como respuesta que los inmigrantes buscan beneficios, posibilidades para agrandar sus negocios familiares, pero no siempre tienen las mismas oportunidades que en su país nativo.

Según Rauchle y Schmiz (2018) por su parte se interesaron por el desarrollo de una investigación basada en las economías migrantes, sobre las estructuras de oportunidad y potencial en diferentes ciudades medianas, donde se pueden desarrollar como empresarios prestigiosos en Alemania Occidental y Alemania Oriental. La tesis central del artículo se planteó en las economías migrantes, estas son los negocios de inmigrantes para el desarrollo urbano, las cuales tienen la posibilidad de tener locales en ciudades medias. Levantaron información de cuarenta y tres entrevistas en Braunschweig y Rostock. A partir de esto pudieron hacer un

análisis estadístico de las economías de los migrantes, observaciones y entrevistas. Se concluyó que las economías inmigrantes no tienen el beneficio de verse como un recurso urbano en las ciudades medias.

Salas, Silva, Sagbini (2019), se interesaron por el análisis del trabajo informal de venezolanos en la ciudad de Barranquilla, Colombia. Los cuales identificaron que no todos los migrantes son emprendedores por los problemas políticos y económicos que tiene dicho país. Al haber un desempleo local constante se han resaltado más mujeres venezolanas, ya que la mano de obra doméstica tiene un salario mínimo mensual y también por la discriminación que tienen por ser migrantes, todo esto conlleva a que no puedan acceder a un trabajo estable. Es ahí donde participan en el trabajo informal para que así puedan acceder a un hospedaje o comida, dando sustentabilidad a sus familias.

Trevor et al., (2018) investigaron un poco más por la diversidad, desarrollo económico y también sobre el trayecto de nuevos emprendedores migrantes. Como objetivo clave recalcaron que el ámbito de los emprendedores migrantes dentro de la economía de la diversidad se muestra que como migrantes resaltan por su desempeño entre los emprendedores de alto prestigio, aunque no dejando atrás que a pesar de sus bajos recursos han llegado al punto de generar empleos para atender las necesidades de la comunidad del país de acogida, que en este caso es de Reino Unido. Después de lo dicho se planteó como promover la comunicación entre los diferentes aspectos de los inmigrantes. Para esta recopilación de datos de 49 empresarios inmigrantes y 60 trabajadores de West Midlands, Reino Unido y utilizaron entrevistas, encuestas y recopilación de datos. Por lo que se concluyó que las empresas inmigrantes en Reino Unido luchan por tener un puesto en el mercado independiente, ya que a pesar también de tener escasez de recurso estas empresas tienen la oportunidad de dar empleos a desempleados, incrementando las prácticas de creación de valor y transformación urbana en São Paulo, Brasil.

Lassalle et al., (2020), se focalizaron en la investigación de los emprendimientos y mercados de migrantes. Se plantearon como objetivo estudiar el problema de los migrantes emprendedores, que asocien y reconozcan los recursos de sus redes comunitarias y para así determinar qué importancia tienen para que puedan integrarse al mercado. El artículo dio a conocer cómo se desarrollan dentro del espíritu empresarial. Recopilaron información de emprendedores polacos



migrantes en Glasgow, Reino Unido; se utilizaron entrevistas, recopilación de datos e investigaciones de cada migrante. Los autores concluyeron que los migrantes se integran a tal entorno social de acuerdo con su región, enseñanzas o de acuerdo con el país de acogida y que gracias a su desempeño pueden tener oportunidades dentro del mercado en el país anfitrión.

Para seguir con la identificación de los emprendedores migrantes, Vershinina (2019), desarrolló una investigación basada en las empresas familiares de migrantes transnacionales. Comprende que los espacios transnacionales permiten a las mujeres defender sus ideas o sus roles para extender su negocio hacia lo extranjero. Abordó que las mujeres inmigrantes en empresas familiares transnacionales se originan en Europa. Levantaron información de cuatro empresas familiares que operan en Reino Unido y en el Este de Europa, para los cuales emplearon encuestas, conversaciones informales, investigaciones y entrevistas profundidad para así saber más sobre ellas. Los autores dieron como resultados que como mujeres tienen la habilidad de desarrollar su negocio familiar y con una visión tan clara que tienen la habilidad de impulsarse dentro de un espacio transaccional.

Khosa y Kalitanyi (2015) se interesó por explorar en un ámbito totalmente diferente basada en los motivos de los inmigrante empresarios africanos. En este caso, muchos de los inmigrantes esperaban una buena acogida, pero por factores como la discriminación, conductas delictivas y la xenofobia no fue así. Se agrupan en inmigrantes empresarios de necesidad u oportunidad. Los de necesidad tienen las características; de que les es difícil conseguir trabajo en forma general, esto conlleva a un pago insuficiente o discriminación, sus actividades empresariales dan como resultados a un intento de supervivencia en el país de acogida, empresarios jóvenes que nos les queda de otra para ganarse la vida. Por otro lado, hay los inmigrantes por oportunidad, estos tienen como características que tienen un título profesional les permitirán acceder a un mejor capital, tienen la posibilidad de proporcionar empleo, gracias a su emprendimiento. Los autores levantaron información a partir de 93 participantes, los cuales son parte de Nigeria, Zibambue y los mas visibles en ciudad del Cabo, se utilizaron encuestas, cuestionarios autoadministrados entrevistas de analfatización. Se concluyó que tanto los inmigrantes empresarios por oportunidad o necesidad enfrentan dificultades para acceder al mercado laboral en el país de acogida, por inestabilidad económica o discriminacion.Recurrentes entonces

al autoempleo que es la única alternativa que les ayuda recolectar ganancias y regresar a su país o mas bien se convierten en colonos.

Por otro lado, Lugosi y Allis (2019), investigaron sobre el emprendimiento de migrantes en Sao Paulo, Brasil, la cual analiza a los migrantes e incluso a los refugiados sobre como establecen sus emprendimientos ya sean relacionados con alimentos, ocio, eventos, entre otros. Brasil tiene una gran historia sobre los migrantes al igual que otros países. Para la integración de los migrantes en el mercado laboral, empezaron con la construcción de espacios de hostelería o en la operación de lugares de hospitalidad con un panorama de turismo urbano y ocio, en los cuales pueden llegar como refugiados y partir con sus nuevos emprendimientos. Los autores levantaron información de empresarios migrantes, personas involucradas en la ONG y empresas sociales en la sede de Sao Paulo, Brasil y utilizaron análisis, recopilación de datos y visitas de campo a empresas locales. Los resultados tienen como evidencia que “las identidades de los empresarios y empleados migrantes o refugiados pueden apropiarse, cínicamente, para crear y diferenciar propuestas de hospitalidad, o destinos de ocio y turismo en general, transformando a las personas en espectáculos de consumo” (p.17).

Según Bouleau (2020), efectuó una investigación basada en las migrantes de Suecia con estudios superiores las cuales buscan la oportunidad de integrarse al mercado laboral. El autor identificó que las mujeres migrantes pueden iniciar por si solas su propio negocio, tomando decisiones moderadas para que puedan impulsar su emprendimiento, rompiendo las normas de relación de género. De esta manera, planteó con la ampliación de estudios superiores de las migrantes de Suecia a no discriminar al genero femenino superado. Para recopilar información necesaria se tomó de siete mujeres migrantes de suecia que trabajan por su propia cuenta y utilizaron entrevistas narrativas, las cuales fueron en inglés. Arrojó como resultados que las migrantes emprendedoras en Suecia tienden a veces a que sus negocios tengan pausa debido a eventos típicos como embarazos, matrimonio o hijos, tienen bajos recursos, aunque a veces para otras mujeres estos eventos surgen de manera positiva e inician y continúan con su propio negocio y estar en el mercado laboral.

Bellido, Martín y Romero (2022) se interesaron por la supervivencia de negocios de emprendedores migrantes en la ciudad de Andalucía, España. En diversos aspectos también están los negocios de los emprendedores nacionales,

los cuales tienen como ventaja que poseen conocimientos económicos y de financiamiento, esto les ayuda a prosperar mucho más rápido en sus negocios y así tener una buena integración en el mercado laboral, a comparación de los emprendedores migrantes se les es difícil integrarse en este país de acogida por lo que desconocen el entorno. Dado esto, ingresan al mercado laboral por necesidad, lo cual podría afectar en el desarrollo y supervivencia del negocio, aunque también existe la alternativa no muy notoria de que la supervivencia del negocio por parte de los extranjeros sea superior a la de los nacionales.

En un contexto más local, Ganan (2019) determinó que la inmigración de venezolanos en la ciudad de Guayaquil es muy común, ya que por la inestabilidad económica que enfrenta en estos momentos en su país tienden a emigrar a otros países. Es preciso resaltar que, si hay parte de la población venezolana que tienen la manera de como seguir adelante con su propio negocio, sin el apoyo profundo del país de acogida, aunque a veces por falta de recursos económicos no pueden seguir o no pueden iniciarlo. Para evaluar esta situación se tomó a veinte ciudadanos venezolanos entre emprendedores y no emprendedores mayores a 18 años, la mayoría fueron entre 28 y 30 años y utilizaron entrevistas y encuestas, el autor concluyó en que si hay varias comunidades venezolanas, las cuales se apoyan entre sí y forman un emprendimiento ya sean consultorios odontológicos, panaderías, entre otros y así destacarse como propios venezolanos.

### 6.3 METODOLOGÍA

Este trabajo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo utilizando el método de estudio de caso. El método de estudio de caso es “un método de investigación cuyo objetivo es estudiar un fenómeno dentro de un contexto real. Investiga a fondo las particularidades del mismo e indica los medios para resolver los problemas” (Jácome y López, 2016, p.39). Para la recolección de datos se utilizó una modalidad de entrevistas semiestructuradas, las cuales “parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz, 2016, p. 12). Las preguntas utilizadas para el desarrollo de este trabajo se encuentran en el anexo 1. El muestreo aplicado en este trabajo fue el de la saturación teórica que es “cuando la información

recopilada no aporta nada nuevo al desarrollo de las propiedades y dimensiones de las categorías de análisis” (Ardila, 2013, p. 5). Luego de hacer el análisis de la información se determinó como suficiente el número de tres instrumentos levantados. En el anexo 2 se encuentra el detalle de cada uno de los sujetos entrevistados. El perfil de las personas entrevistadas es el que sigue a continuación:

Persona 1, tiene la edad de 38, tiene un nivel de estudios bajos, convive con su marido y tres hijos, su emprendimiento es de comidas rápidas llamado “Mis amores”, radica en la parroquia el Cambio, ciudad de Machala.

Persona 2, tiene la edad de 53 años, tiene un nivel de estudios bajos, convive con su esposa e hija, su emprendimiento es de comidas rápidas llamado “CarBurger”, está ubicado en la ciudad de Machala.

Persona 3, tiene la edad de 39 años, tiene un nivel de estudios bajos, es casada y tiene 2 hijos, su emprendimiento es sobre calzado, llamado “Emily”, está ubicado en el centro de la ciudad de Machala.

## 6.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A partir del análisis de respuestas individuales de los participantes se identificaron tres categorías de agrupamiento de la información definidos como: la percepción del proceso emprendedor de venezolanos en Ecuador, las motivaciones y percepciones de los migrantes venezolanos para emprender y la relación comunitaria entre emprendimientos venezolanos. Estos atributos se presentan en la tabla 19.

Tabla 19. Percepción del proceso emprendedor de venezolanos en Ecuador.

PREGUNTAS	PERFIL GENERAL
<b>P2- COMO PERCIBEN EL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO</b>	Primero analizan el lugar y ven cómo y dónde ponen su emprendimiento.
<b>P5- ACEPTACIÓN O RECHAZO</b>	Hubo aceptación de su emprendimiento en Ecuador.

Nota. Elaborado por el autor.

De los datos recogidos se puede señalar que los migrantes entrevistados tienden a analizar bien el lugar, la población y la seguridad para desarrollar su

emprendimiento; debido a que consideran esos factores como imprescindibles para tener accesibilidad hacia la población cercana. Adicionalmente, debieron acoplar el giro temático y la oferta de productos a los gustos de la población local, sin dejar su origen venezolano atrás debido a que la ciudad de Machala cuenta con una población de migrantes de esa nacionalidad que es significativa.

Además de considerar los criterios para el establecimiento del proceso emprendedor es fundamental tener una caracterización sobre las motivaciones y percepciones de los migrantes venezolanos para iniciar negocios en Ecuador, debido a que la parte sensorial se constituye en una base para mantener la intención emprendedora aun cuando existan adversidades o beneficios que presionen al diseño empresarial previo. Para este ensayo se obtienen las dimensiones expuestas en la tabla 20.

Tabla 20. Motivaciones y percepciones de los migrantes venezolanos para emprender.

<b>PREGUNTAS</b>	<b>PERFIL GENERAL</b>
<b>P1 -MOTIVACIONES</b>	Motivación principal la familia.
<b>P3- MEJORAMIENTO DE SITUACION SOCIOECONOMICA</b>	Todos mejoran su situación económica, gracias a su emprendimiento.
<b>P8- OPORTUNIDAD O NECESIDAD</b>	Necesidad
<b>P9-buena decisión emprender antes que conseguir un trabajo asalariado. ¿Si o No?</b>	Por mayoría si es mejor emprender que un trabajo salariado.

Nota. Elaborado por el autor.

De los datos recogidos se puede señalar que, a consecuencia de la inestabilidad económica en el país nativo de los emprendedores migrantes de Venezuela, tuvieron que partir a otro país por necesidad, el cual se convertiría en su país de acogida. De las respuestas aportadas por los informantes se puede analizar que la principal motivación es su familia, darles el sustento que merecen para así no quedarse estancados como nivel bajo. Gracias a sus pequeños emprendimientos pueden mejorar su situación socioeconómica. También supieron recalcar que, si es importante primero emprender que un trabajo asalariado, ya que se refirieron a la comparación de personas con título profesional, a ellos se les haría más fácil

que a los que tienen nivel de estudios medio. Sin embargo, también dependería si el trabajo asalariado retribuye con una remuneración más alta a las expectativas de ingresos a generar con su emprendimiento.

Finalmente, se plantea una caracterización sobre cómo es la conducta entre la comunidad de migrantes emprendedores venezolanos. Esto permite reconocer si estas redes de negocio tienden hacia una competencia agresiva o si son más colaborativos, tomando en cuenta que como comunidad migrante podrían tener mejores beneficios si cooperan entre sí. Los resultados de las características se muestran en la tabla 21.

Tabla 21. Relación comunitaria entre emprendimientos venezolanos.

PREGUNTAS	PERFIL GENERAL
<b>P4-COMO SE RELACIONAN LOS EMPRENDIMIENTOS CON LA COMUNIDAD VENEZOLANA</b>	Debido a la llegada de venezolanos al país, crean un negocio parecido y es ahí cuando empieza la competencia
<b>P6- CONOCIMIENTO DE ALGUN EMPRENDIMIENTO VENEZOLANO DE ALGUN INMIGRANTE</b>	Todos conocen más de 7 emprendimientos

Nota. Elaborado por el autor.

De los datos recogidos se puede mencionar que, hay emprendedores migrantes que ya tienen años aquí en Ecuador a comparación de otros que recién llegan y se les hace muy complicado radicarse con su familia completa e iniciar su emprendimiento que tienen que iniciarlo desde cero. Como comunidad venezolana ellos se relacionan de manera diferente, ya sea dándose la mano, prestándose capital o haciéndose el gasto de productos entre ellos. Sin embargo, la competencia no se queda atrás. Como se mencionó anteriormente son una comunidad y entre ellos conocen de siete o diez emprendimientos de su mismo origen.

El análisis general de las entrevistas, las cuales son migrantes venezolanas que tienen sus emprendimientos dentro de la ciudad de Machala. Se hicieron nueve preguntas las cuales tuvieron muy buena acogida, pudieron contestarlas sin ningún inconveniente. Las preguntas que se llevaron a cabo dieron a conocer que, en sí, su primera motivación para emprender es su familia, aunque también una motivación más sería la falta de alternativas laborales.

Para iniciar su emprendimiento, analizan bien por qué y donde van a poner su emprendimiento, ya sea por la población o seguridad. Gracias a sus emprendimientos han podido mejorar su situación socioeconómica. Sus emprendimientos se relacionan de una manera buena dentro de la comunidad de venezolanos como inmigrantes, ya que se dan la mano entre ellos, o bien consumen los productos de otros o viceversa, aunque también existe la competencia. sus productos han tenido una aceptación buena dentro de Ecuador, ya que se han acoplado a las necesidades del ecuatoriano, pero sin dejar atrás su sazón. Las entrevistadas conocen de siete a más emprendimientos pertenecientes a venezolanos, en la ciudad de Machala. También supieron decir que han salido de su país por necesidad por situación de crisis que hay en estos momentos.

Por último, consideran que, si fue una buena decisión emprender antes de un trabajo salariado, ya que no tienen la oportunidad de tener un título profesional que les ayude a tener trabajo, aunque no se queda atrás tampoco la idea de que si hubiera un trabajo con buen salario no hubiera la necesidad de emprender antes que trabajar, depende de la situación.

## 6.5 RESUMEN DEL CAPÍTULO

En este capítulo se abordó la siguiente situación problemática cuyos antecedentes son la acogida de más de medio millón de personas en situación de refugio y migración procedentes desde Venezuela. Al mes de septiembre de 2022, los migrantes venezolanos emprendedores, tuvieron que salir mayormente de su país por necesidad que por oportunidad. La principal causa de su desplazamiento es la difícil situación que atraviesa Venezuela en la actualidad, la cual en general tiene como consecuencia una inestabilidad económica política y social. Dado los aspectos anteriores, el problema al que se enfrentan los migrantes venezolanos emprendedores en Machala, es: la inestabilidad de la intención emprendedora de los ciudadanos venezolanos que inician negocios en la ciudad de Machala.

A partir de la revisión teórica se encontró que las personas en situación de desplazamiento suelen tener motivaciones de necesidad, particularmente porque el entorno de su país de origen se encuentra debilitado y las posibilidades de desarrollo son mínimas, esto los lleva a evaluar posibles destinos de migración, teniendo como prioridad aquellos que tengan mayor proximidad cultural o idiomática. Por otro lado,

los grupos migrantes suelen tener resultados diferentes debido a que dependiendo de su nivel de cualificación pueden tener mayores o menores oportunidades de inserción laboral, económica o social.

En el caso de los grupos de menor cualificación estos suelen buscar formas de autoempleo o iniciar negocios de subsistencia para conseguir algún ingreso relevante para el grupo familiar. A ello se suma que independientemente de la cualificación, los migrantes sufren de ataques xenófobos y de discriminación y lleva a que entre ellos traten de generar círculos de apoyo mutuo y formación de redes de negocios empresariales con los cuales cubren sus necesidades y mejorar sus posibilidades de desarrollo.

En el estudio del emprendimiento en comunidades de migrantes venezolanas en Machala se siguió una metodología cualitativa a partir del estudio del caso, se emplearon entrevistas semiestructuradas para el levantamiento de datos. Las unidades muestrales se eligieron por convivencia y la cantidad de entrevistados se determinó empleando la técnica de saturación. Los principales resultados a partir de cada dimensión, para establecer debidamente su emprendimiento tienen que buscar un lugar geográfico central analizando la población, como pudieron resaltar acoplándose a los gustos de los ecuatorianos sin dejar sus costumbres atrás, para así tener un buen consumo de su producto. Su principal motivación es la familia, la cual necesita una sustentabilidad económica para supervivir en el país de acogida y así poder también incrementarse en el mercado con la ayuda de sus compatriotas, aunque aparece dicha competencia, pero como supieron resaltar ahí es cuando hay que darle la mejora al producto que se está ofreciendo al mercado.

Estas características muestran que hay un esfuerzo por encajar en la sociedad local y por otro lado intentan mantener su rasgo cultural mediante el desarrollo de redes con otros migrantes, con quienes construyen su memoria social. Pero en el caso del desarrollo de sus negocios y sus habilidades profesionales se encuentran bastante limitados y con ello las posibilidades de mantener la sostenibilidad de sus microemprendimientos.

Con base a lo anterior, se presentan las siguientes recomendaciones de política pública para mejorar la caracterización de los emprendimientos de migrantes venezolanos. Primero, efectuar un censo de migrantes emprendedores, identificando cuáles son las áreas en las que tienen sus iniciativas y organizando



ferias inclusivas para permitir el expendio de sus artículos y la transmisión cultural en la sociedad local. Segundo, desde el GAD Municipal de Machala o el Provincial de El Oro, estructurar un Centro de Emprendimiento, y mediante el mecanismo de alianzas públicas-privadas, desarrollar programas de incubación para negocios iniciados por migrantes.

Finalmente, como tercer punto, captar capitales semillas para la organización de programas de fortalecimiento a emprendimientos que tengan mayor tiempo de vigencia y registro en los sistemas públicos ecuatorianos; de esta manera se les permite fortalecer la capacidad operacional y su sostenibilidad.

## REFERENCIAS DEL CAPÍTULO

Ardila, E. E y Rueda, J. F (2013). La saturación teórica en la teoría fundamentada. *Revista colombiana de sociología*. Portal de revistas UN. Vol. 36. Núm. 2.

Bellido-Jiménez, V., Martín-Martín, D., y Romero, I. (2022). *Autoempleo en inmigrantes y supervivencia empresarial de los negocios incubados en Andalucía*. Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research 2022/1(52), 59 – 80.

Bouleau, C. (2020). *Migrant women entrepreneurship in Sweden: A life-course approach to contextualize gendered career trajectories*. Stockholms universitet. Master Thesis. Recuperado de: <https://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:1437674/FULLTEXT01.pdf>

Dabic, M., Vlacic.B., Paul, J., Dana, L. P., Sahasranamam. S., y Glinka, B. (2020). Inmigrant entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Business Research*. 113 (2020), 25-38. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.013>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., Varela, M. (2013). The interview, a flexible and dynamic resource. *On-line ISSN 2007-5057*.

Ganan, J.L. (2019). Inmigración de venezolanos en Guayaquil: innovación y emprendimiento formal. Universidad Casa Grande, Guayaquil.

Jácome, I.M. y López, J. (2016). El estudio del caso en las ciencias empresariales. *Revista empresarial*. ISSN 1390-3748, Vol. 10, N.º 40.

Lasalle, P., Johanson, M., Nicholson, J. D., y Ratajczak-Mrozek, M. (2020). Migrant entrepreneurship and markets. The dynamic role of embeddedness in networks in the creation of opportunities. *Industrial Marketing Management*. 91 (November, 2020), 523-536. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.009>

López-Vera, J., Villaprado, O., Apolinario, R., y González-Soriano, F. (2017). Los fallos del sector formal contribuyen a crear empresas en el sector informal. *Proceedings 22 Global Conference on Business and Finance*. Vol.1. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/312491151\\_LOS\\_FALLOS\\_DEL\\_SECTOR\\_FORMAL\\_CONTRIBUYEN\\_A\\_CREAR\\_EMPRESAS\\_EN\\_EL\\_SECTOR\\_INFORMAL](https://www.researchgate.net/publication/312491151_LOS_FALLOS_DEL_SECTOR_FORMAL_CONTRIBUYEN_A_CREAR_EMPRESAS_EN_EL_SECTOR_INFORMAL)

Lugosi, P., y Allis, T. (2019). Migrant entrepreneurship, values-creation practices and urban transformation in Sao Paulo, Brazil. *Revista Brasileira de Pesquisa em turismo brazilian journal of tourism research*, 13 (1), 141-163. Doi: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i1.1538>

Moder, R., Trevor, J., y Varela, M. V. (2016). Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice. *International Small Business Journal*, 1-16. DOI: 10.1177/0266242616678051.

Naude, W., Siegel, M., y Marchand, K. (2017). Migration, entrepreneurship and development: critical questions. *IZA Journal of Migration*. 6:5. DOI 10.1186/s40176-016-0077-8.

Rauchle, C., y Schimiz, A. (2018). Migrant economies: opportunity structures and potential in different city types. *Ethnic and Racial Studies*. Doi: 10.1080/01419870.2018.1506143.

Risimati, M.K, y Vivence, K. (2015). Migration reasons, traits and entrepreneurial motivation of African immigrant entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 9 Iss 2 pp. 132 - 155.

Salas, I. Z, Silva, J. y Sagbini, H.S. (2019). Ecosistemas de emprendimiento en entornos de trabajo informal - caso: inmigrantes venezolanas en Barranquilla 2015-2018. *Liderazgo estratégico*. Vol. 9. Núm.1. Enero-Diciembre. Universidad Simón Bolívar. 19-27.

Sinkovicks, N., y Reuber, R. (2021). Beyond disciplinary silos: A systematic analysis of the migrant entrepreneurship literature. *Journal of World Business*, 56 (2021). Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2021.101223>

Solano, F. (2022). Análisis de necesidades de refugiados y migrantes. RMN.

Trevor, J., Monder, R., y Varela, M. V. (2018). Diversity, economic development and new migrant entrepreneurs. *Urban Studies*. 58. 1-17. Doi: 10.1177/0042098018765382.

## ANEXO A DEL CAPÍTULO: PREGUNTAS PARA ENTREVISTAR

- 1.- ¿Cuáles fueron las motivaciones de los emprendedores venezolanos para establecer un negocio?
- 2.- ¿Cómo perciben(conocen) el proceso para emprender en Ecuador como extranjeros?
- 3.- ¿De qué forma los emprendimientos aportan a mejorar su situación socioeconómica y si estos también tienen repercusión en sus familiares venezolanos?
- 4.- ¿Cómo se relacionan sus emprendimientos con la llegada de nuevos venezolanos? ¿Cuál es el impacto la presencia de empresas venezolanos en la generación de empleo para sus compatriotas?
- 5.- ¿De qué forma han evidenciado aceptación o rechazo de la demanda ecuatoriana frente a su producto o servicio?
- 6.- ¿Cuántos emprendimientos formados por inmigrantes venezolanos conoce o concurre?
- 7.- ¿Cuán importante cree que son estos emprendimientos para la comunidad de venezolanos?
- 8.- ¿Cuál cree que es la razón por la que optan emprender: oportunidad o necesidad?
- 9.- ¿Considera que es una buena decisión emprender antes que conseguir un trabajo asalariado? Fundamente su respuesta.

## ANEXO B DEL CAPÍTULO: ENTREVISTAS

Buenas tardes, soy estudiante de la UMET de la carrera de economía de la ciudad de Machala y estoy realizando una entrevista sobre los emprendimientos de venezolanos aquí en la ciudad de Machala.

Nombre emprendimiento: Mis amores, comidas rápidas, tengo 38 años, soy venezolana, mi familia es de 5 personas mi marido mis 3 hijos y yo.

1. ¿Cuáles fueron las motivaciones de los emprendedores venezolanos para establecer un negocio?

**Entrevistada:**

Como no conocía a nadie, no me daban fácilmente trabajo entonces tuve que buscar la manera para tener una estabilidad económica y formal. Mi familia.

2. ¿Cómo perciben(conocen) el proceso para emprender en Ecuador como extranjeros?

**Entrevistada:**

Primero analizamos en que parte vamos a poner el negocio si es poblado o no, si no es peligroso y así, ubicarnos bien.

3. ¿De qué forma los emprendimientos aportan a mejorar su situación socioeconómica y si estos también tienen repercusión en sus familiares venezolanos?

**Entrevistada:**

Dándonos estabilidad en este país que no es nuestro, sentirse seguros en sí, seguros de que se va a salir adelante aquí, en Ecuador.

4. ¿Cómo se relacionan sus emprendimientos con la llegada de nuevos venezolanos? ¿Cuál es el impacto la presencia de empresas venezolanos en la generación de empleo para sus compatriotas?

**Entrevistada:**

Bien, aunque después con la llegada de ellos buscan un emprendimiento y como que viene la competencia.

5. ¿De qué forma han evidenciado aceptación o rechazo de la demanda ecuatoriana frente a su producto o servicio?

**Entrevistada:**

Aceptación.

6. ¿Cuántos emprendimientos formados por inmigrantes venezolanos conoce o concurre?

**Entrevistada:**

Bastantes como unos 7 o 8.

7. ¿Cuán importante cree que son estos emprendimientos para la comunidad de venezolanos?

**Entrevistada:**

Normal porque hay que apoyarnos entre compatriotas, aunque no ocurre a menudo, pero cuando se puede ayudar se ayuda.

8. ¿Cuál cree que es la razón por la que optan emprender: oportunidad o necesidad?

**Entrevistada:**

Necesidad.

9. ¿Considera que es una buena decisión emprender antes que conseguir un trabajo asalariado? ¿Si o No?

**Entrevistada:**

Si porque no se puede estar con los brazos quietos mientras cuando hay una familia por mantener, aunque mi marido nos ayuda.

## MIGRANTE EMPRENDEDOR SEGUNDA ENTREVISTA

Buenas tardes, soy estudiante de la UMET de la carrera de economía de la ciudad de Machala y estoy realizando una entrevista sobre los emprendimientos de venezolanos aquí en la ciudad de Machala.

Su emprendimiento se dedica a comida rápidas consta de una familia mama, papa e hija. Y otro emprendimiento es de postres. El dueño del emprendimiento es su papa de 53 años.

1. ¿Cuáles fueron las motivaciones de los emprendedores venezolanos para establecer un negocio?

**Entrevistada:**

Las motivaciones son por falta de oportunidades que se presentan, en algunos trabajos los horarios son extensos, variados o los pagos son muy bajos. Estas cosas nos motivaron a independizarnos como emprendedores.

2. ¿Cómo perciben(conocen) el proceso para emprender en Ecuador como extranjeros?

**Entrevistada:**

Nuestro emprendimiento es desde nuestro domicilio ya que todavía no tenemos la parte como para irnos a un local, arrendar, pero si nos interesa arrendar en un lugar céntrico, para así incrementar nuestras ventas.

3. ¿De qué forma los emprendimientos aportan a mejorar su situación socioeconómica y si estos también tienen repercusión en sus familiares venezolanos?

**Entrevistada:**

Aportan para bien porque nos da una estabilidad económica una seguridad de salir adelante.

4. ¿Cómo se relacionan sus emprendimientos con la llegada de nuevos venezolanos? ¿Cuál es el impacto la presencia de empresas venezolanos en la generación de empleo para sus compatriotas?

**Entrevistada:**

Como dice el dicho el sol brilla para todos. Cuando se puede se da la mano, como nuestro negocio está en una calle poco transitada nos aparece la competencia, pero cada uno es original en cuanto a su producto, la atención y así eso nos diferencia.

5. ¿De qué forma han evidenciado aceptación o rechazo de la demanda ecuatoriana frente a su producto o servicio?

**Entrevistada:**

Aceptada ya que empezamos con las promociones, adaptándonos con lo que le gusta más al ecuatoriano eso si sin dejar nuestra sazón venezolana atrás.

6. ¿Cuántos emprendimientos formados por inmigrantes venezolanos conoce o concurre?

**Entrevistada:**

Mas de 10.

7. ¿Cuán importante cree que son estos emprendimientos para la comunidad de venezolanos?

**Entrevistada:**

Entre nosotros bueno, normal, hay muchos clientes emprendedores que consumen nuestro producto al igual que nosotros el suyo y de esta manera poder ayudarnos.

8. ¿Cuál cree que es la razón por la que optan emprender: oportunidad o necesidad?

**Entrevistada:**

Por ambas porque a partir de la falta de oportunidades viene la necesidad y toca emprender ya que yo he tenido el ejemplo emprendedor de mi familia.

9. ¿Considera que es una buena decisión emprender antes que conseguir un trabajo asalariado? ¿Si o No?

**Entrevistada:**

Esto varía porque si se te presenta una oportunidad laboral que sobrepasan a tener un salario alto a que emprender y tener ganancias o a veces ocurre lo contrario que hay ofertas de trabajo con un pago muy bajo.

## MIGRANTE EMPRENDEDOR TERCERA ENTREVISTA

Buenas tardes, soy estudiante de la UMET de la carrera de economía de la ciudad de Machala y estoy realizando una entrevista sobre los emprendimientos de venezolanos aquí en la ciudad de Machala.

Emprendimiento de calzado, Emily, tengo 39 años, me ayudan mi esposo y mis 2 hijos ahora porque están de vacaciones y cuando no a veces mi mamá.

1. ¿Cuáles fueron las motivaciones de los emprendedores venezolanos para establecer un negocio?

**Entrevistada:**

Sacar a delante mi familia para poder darles estudio a mis hijos.

2. ¿Cómo perciben(conocen) el proceso para emprender en Ecuador como extranjeros?

**Entrevistada:**

Nuestro negocio es céntrico y la gente recurre más aquí, entonces pensamos que era buena idea.

3. ¿De qué forma los emprendimientos aportan a mejorar su situación socioeconómica y si estos también tienen repercusión en sus familiares venezolanos?

**Entrevistada:**

Si claro, dando gracias a Dios se puede salir a delante con mi familia sin faltarles el pan de cada día.

4. ¿Cómo se relacionan sus emprendimientos con la llegada de nuevos venezolanos? ¿Cuál es el impacto la presencia de empresas venezolanos en la generación de empleo para sus compatriotas?

**Entrevistada:**

Ahí normal, pero como se puede observar hay bastante local de venta de zapatos entonces a veces la venta esta alta y baja pero unos dos que tres son de dueños venezolanos.

5. ¿De qué forma han evidenciado aceptación o rechazo de la demanda ecuatoriana frente a su producto o servicio?

**Entrevistada:**

Aceptación.

6. ¿Cuántos emprendimientos formados por inmigrantes venezolanos conoce o concurre?

**Entrevistada:**

Unos 10 a más.

7. ¿Cuán importante cree que son estos emprendimientos para la comunidad de venezolanos?

**Entrevistada:**

Buena ya que con estos emprendimientos a veces otros nos venden su producto e igual nosotros les vendemos el nuestro y así nos echamos una mano.

8. ¿Cuál cree que es la razón por la que optan emprender: oportunidad o necesidad?

**Entrevistada:**

Nosotros por necesidad, ya como usted conocerá la situación de Venezuela está muy complicada.



9. ¿Considera que es una buena decisión emprender antes que conseguir un trabajo asalariado? ¿Si o No?

**Entrevistada:**

En nuestro caso sí, porque lastimosamente nosotros no tenemos un título universitario en el cual no nos abre muy fácilmente las puertas, entonces optamos a emprender con poquito y gracias a Dios hemos crecido como emprendimiento.

# CAPÍTULO 7

## CONCLUSIONES DEL LIBRO

El sustento de la empresariedad informal es el capital social, el mismo que se refiere a la construcción de relaciones sociales que se fundamentan en la solidaridad y la confianza para compensar de esa manera el vacío de medios legales para reclamar diferendos; adicionalmente se refiere al sentimiento de dignidad y estima que forma en las personas a cambio de su esfuerzo. Esa confianza en las redes sociales ocurre con mayor frecuencia en sociedades colectivistas donde los individuos son más propensos a valorar altamente la aprobación de parte de otros miembros del grupo. La fuerza de la creencia normativa se encuentra ponderada por la motivación que tienen los individuos para cumplir con los referentes de aceptación colectiva, dado que esperan recibir aceptación de los miembros de la colectividad el emprendedor se impulsa a asumir riesgos resultantes de la gestión de la empresa.

Dado que las empresas informales surgen de la intersección de los entornos institucionales a los que se enfrentan los empresarios, estas empresas explotan para su beneficio el papel de las meso instituciones, mismas que se refieren a valores y normas de convivencia social y que son elementos tácitos en el comportamiento y entendimiento cognitivo de la sociedad. Ese meso entorno es el que proporciona identidad al empresario y por tanto está más dispuesto a desarrollar un vínculo de solidaridad con la comunidad, valor fundamental para que surja la confianza y de ahí la empresa informal. Estos autores encontraron además que los empresarios antes de crear una organización ya saben donde colocarán estratégicamente su firma, pero lo del registro es condicionado por la meso institucionalidad. Para ello precisamente funciona el registro parcial de actividades que hacen los empresarios informales, el objetivo es satisfacer algunas expectativas del entorno en el que operan siempre que no vayan en sentido opuesto a las normas y prácticas que existen en su marco meso institucional.

Mientras en las empresas registradas necesitan legitimidad normativa sin buscar mayor legitimidad social, en empresas informales ocurre lo contrario debido a que su naturaleza de no registro o registro parcial, hace que necesiten de acuerdos morales compartidos con la colectividad donde intervienen para garantizar su funcionamiento. Estos acuerdos son denominados normas sociales y se definen como patrones de comportamiento que se autoejercen en un grupo y que se esperan sean cumplidos por los miembros de la colectividad dadas las sanciones morales que pueden recibir de quien sienta que ha sido vulnerado por las acciones de otros. Como se indicó en el capítulo 2 las normas sociales son equilibrios de juegos repetidos que evolucionan a través de un proceso de aprendizaje dinámico y sustentan muchas formas de orden social y económico.

Por tanto la norma social es un buen marco de explicación del porqué los individuos pueden desviarse de acuerdos supuestamente racionales con la esperanza de recibir aceptación colectiva, esto último es conseguido debido a que los seres humanos debido a su necesidad básica de reconocimiento social, se esforzará en adoptar el mejor comportamiento posible y que concuerde con las expectativas de otros. Esto podría explicar entonces el porqué un individuo se ve tentado a operar total o parcialmente en la informalidad y a mantenerse ahí, contribuyendo así a cerrar el vacío de literatura en la explicación del comportamiento de los emprendedores informales.

Los estudios efectuados en las ciudades de Guayaquil y Machala dan soporte a las estimaciones teóricas sobre lo que se supone es el sostén de la actividad informal: (a) un entorno institucional que valora positivamente a las actividades que son moralmente legítimas pese a que tengan alguna oposición con la legalidad, (b) se insertan personas que por su condición socioeconómica no pueden ser absorbidas por la oferta adecuada de empleo, teniendo de esta forma una alternativa para conseguir ingresos legítimos y que son luego utilizados para el consumo de bienes y servicios que son provistos tanto por el sector formal e informal de la economía, y (c) los niveles de gobierno deben de mejorar las formas como se atraen las iniciativas empresariales de la informalidad para formalizarse, es importante segregar entre actividades debido a que esquemas de simplificación impositiva o castigo no llevan a formalizar y en lugar de mostrar una solución estructural al fenómeno de la informalidad lo agravan.

## SOBRE O AUTOR



**Juan Gabriel López Vera.** Universidad Metropolitana del Ecuador, sede Machala. <https://orcid.org/0000-0002-8720-0499>. Economista por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Máster en Análisis del Entorno Económico por la Universitat Oberta de Catalunya y Máster en Administración de Empresas por la Universidad Carlos III. Tiene trayectoria docente en universidades

públicas y privadas en los sistemas de grado y posgrado desde hace 16 años. Actualmente es profesor tiempo completo en la Universidad Metropolitana del Ecuador (sede Machala) y Coordinador de la Carrera de Economía, profesor ocasional en la Maestría en Finanzas y Economía Empresarial y Maestría en Negocios Internacionales en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), y profesor ocasional en la Maestría en Contabilidad y en Administración de Empresas en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (UTEQ). Tiene experiencia en coordinación de proyectos de vinculación con la sociedad y en diseño de proyectos de bienestar estudiantil. Ha desempeñado cargos de jefatura y dirección en diferentes instituciones públicas y privadas. Sus áreas de interés en investigación son: Economía Urbana, Economía informal y Finanzas personales. Tiene un canal en *tiktok* denominado @notieconomia.