

La vinculación de las Universidades en el desarrollo de las habilidades administrativas de los emprendimientos informales

The linkage of Universities to the development of administrative skills of informal enterprises

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/951>

Patricio Mendieta- Andrade¹; Gina Cuadrado- Sánchez²; Rolando Andrade - Amoroso³

Fecha de recepción: 08 de julio de 2020

Fecha de aceptación: 29 de septiembre de 2020

Resumen

Considerando la importancia que tiene para el desarrollo económico de una sociedad el lograr una plena formalización de las actividades empresariales, el Estado emprende diferentes iniciativas enfocadas a la consecución de éste propósito; por lo que la Universidad Católica de Cuenca, en apoyo a la consecución de éste fin, ejecutó el Proyecto de Vinculación con la Sociedad denominado Modelo de Reconversión de la Actividad Económica de Pequeños Emprendedores (Comerciantes informales) de la Ciudad de Cuenca, con el cual se capacitó a 1.126 comerciantes formalizados en la ciudad; es así que el presente artículo expone los resultados de la evaluación del anotado Proyecto, para lo cual se utilizó encuestas y el correspondiente análisis estadístico, donde se verifica el impacto positivo del mismo en los emprendedores y se advierte una mejora en la percepción por parte de sus clientes.

Palabras clave: Economía informal, gestión empresarial, educación

Abstract

Considering the importance of achieving a full formalization of business activities for the economic development of a society, the State undertakes different initiatives focused on achieving this purpose; Therefore, the Catholic University of Cuenca, in support of the achievement of this goal, executed the Project of Linking with the Society called Model for the Reconversion of the Economic Activity of Small Entrepreneurs (Informal Merchants) of the City of Cuenca, with which 1.126 merchants formalized in the city were trained; Thus, this article exposes the results of the evaluation of the annotated Project, for which surveys and the corresponding statistical analysis were used, where the positive impact of the same on the entrepreneurs is verified and an improvement in the perception by their clients.

Keywords: Informal economy, business management, education

¹ Universidad Católica de Cuenca. Unidad Académica de Administración. Cuenca-Ecuador. E-mail: pmendietaa@ucacue.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9596-4344>

² Universidad Católica de Cuenca. Unidad Académica de Administración. Cuenca-Ecuador. E-mail: gcuadrado@ucacue.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3187-9586>

³ Universidad Católica de Cuenca. Unidad Académica de Administración. Cuenca-Ecuador. E-mail: randradea@ucacue.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6078-3487>

Introducción

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2017) en el año 2016 se reconoce una evolución del mercado laboral marcada por un deterioro en la calidad del empleo, reflejado por la caída de los ingresos, incremento de las tasas de subempleo e informalidad, donde el área urbana absorbe la sobreoferta laboral del sector rural; evidenciándose un aumento del subempleo, el cual es explicado principalmente por el número de personas que ingresaron al mercado laboral provenientes de la población económicamente inactiva y las personas que en años precedentes se encontraban con empleo pleno y lo perdieron en el año anotado.

En el plano internacional, la oficina Internacional del Trabajo (OIT) (2018) apunta que el 61,2% de la población ocupada a nivel mundial lo hace en la economía informal, siendo que ésta proporción varía en las diferentes regiones; es así, que para el caso de América éste índice se sitúa en el 40,0%, mientras que para África representa el 85,8%, en Europa y Asia Central es de 25,1%; distinguiéndose que el desarrollo socioeconómico de las naciones se correlaciona de forma positiva con el nivel de formalidad del mercado laboral.

En línea con lo anotado, es la misma OIT (s/f) la que define al empleo informal como todo trabajo remunerado que no se registra, regula o protege por el marco legal de un Estado; siendo que los trabajadores informales se caracterizan por no contar con un contrato establecido, prestaciones laborales y seguridad social. En este contexto, según apunta el INEC (2019), para la realidad nacional se considera como empleadas en el sector informal a aquellas personas que trabajan en unidades de producción menores a 100 trabajadores y que no cuentan con el Registro Único de Contribuyentes (RUC); registrando a marzo de 2019 a escala nacional el 45,7% del total de personas con empleo, se encuentran en la informalidad, acorde al criterio anotado; aunque, en la fuente citada se especifica que en el mismo periodo el 58,6% de las personas consideradas con empleo en nuestro país no tenían afiliación a la seguridad social; por lo cual, este último se consideraría, desde nuestro punto de vista, como el dato definitivo de la proporción de personas que se emplean en el sector informal en nuestro país.

Ya a nivel local, Cuenca, según datos del INEC (2019, pág. 8), tiene la tasa de empleo adecuado más alta del país con el 69,4%, seguida de Machala con el 59,6% y Quito con el 55,2%; aun así es palpable en las calles de la ciudad la presencia de comerciantes ambulantes que en vista de la falta de fuentes de empleo se ven forzados a emprender de forma independiente, siendo la informalidad su alternativa más viable. Es así que según la investigación realizada por Dután (1991) en el área urbana del cantón Cuenca se verifica un desarrollo del sector informal de la economía, la cual responde, según el autor, a un desbalance entre la oferta y demanda de la fuerza laboral; siendo identificadas las actividades de servicios y comercio como las que más absorben éste tipo de empleo. En este contexto, cabe anotar el caso del mercado El Arenal como uno de los más concurridos de la ciudad y en el que, de acuerdo al estudio de Quezada (2016), se identificó gran afluencia de

comerciantes informales que, aunque los esfuerzos de las autoridades, presentó señas de caos, productos expuestos en condiciones inadecuadas desde el punto de vista higiénico, deficiente calidad en la atención al cliente, obstaculización del libre tránsito y contaminación ambiental.

En el marco precedente, en mayo de 2003 el Concejo Cantonal expidió la “Ordenanza que regula las actividades del comercio ambulatorio y otras, en los espacios públicos del área urbana del cantón Cuenca”, en la cual, entre otros puntos, se establecen diferentes zonas dentro del territorio urbano del cantón en medida de su distancia al centro la Ciudad y su correspondiente regulación; es así que, en los espacios públicos del Núcleo Restringido del Centro Histórico de la Ciudad, se restringen toda clase de actividades comerciales tanto estacionarias o ambulantes, catalogando como permitidas únicamente actividades ya cotidianas como la venta de flores, periódico, fotografías, loterías y otros, previsto únicamente el permiso para actos especiales de índole cultural, religiosos o comercial. De la misma manera, para las demás áreas del Centro Histórico se permita en las ventas ambulantes siempre que se oferten por personas que se encuentren en constante circulación y no utilicen coches, carretas u otros mobiliarios; finalmente, para las demás zonas del Centro Urbano se exige a los comerciantes ambulantes un permiso municipal, siempre que no obstaculicen el tránsito peatonal y vehicular (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cuenca, 2003).

Con los antecedentes presentados, y en aras de generar el fortalecimiento del sector artesanal, emprendedor, comercial y agro productor del cantón Cuenca, logrando una plena formalización de las actividades de los comerciantes ambulantes de la urbe, la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca (EDEC), viene ejecutando diferentes proyectos enfocados en el desarrollo sostenible y sustentable de los sectores más vulnerables de la sociedad, mediante la creación de fuentes de trabajo, estimulando la actividad económica y potenciando las capacidades de los ciudadanos (EDEC, 2017). En cumplimiento de su misión institucional esta empresa municipal realiza una alianza estratégica el año 2016 con la Universidad Católica de Cuenca, que a su vez, según (Cuadrado, G, Morocho, A, Calle, O, & Bonilla, V, 2017) comprometida con el desarrollo “*genera procesos de Vinculación con la Sociedad en los que se acerca el conocimiento a los actores sociales de sectores vulnerables o desatendidos*” (pag.260).

Por otro lado, según la Ley Orgánica de Educación Superior, la educación superior, considerada ésta como un bien público social, se plantea como uno de sus fines, entre otros, el “*contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o vinculación con la sociedad*” (Asamblea Nacional, 2010); por lo que, en el marco de los convenios de cooperación institucional firmados, la Universidad Católica de Cuenca y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cuenca se generó el Proyecto de Vinculación con la Sociedad denominado Modelo de Reconversión de la

Actividad Económica de Pequeños Emprendedores (Comerciantes informales) de la Ciudad de Cuenca, con el cual se identificó a 1.226 vendedores ambulantes agrupados en 11 asociaciones, clasificándolos por giro de negocio, estableciendo parámetros de capacitación acordes a su actividad, con el fin de generar propuestas de valor por cada categoría, dando como resultado el cumplimiento de la reglamentación y por ende la regularización del uso del espacio público.

En el Proyecto de Vinculación con la Sociedad “Modelo de Reconversión de la Actividad Económica de Pequeños Emprendedores (Comerciantes Informales) de la Ciudad de Cuenca”, se planteó como problema el hecho de que las personas de un nivel de formación básica únicamente, frente a la necesidad de sobrevivir y la responsabilidad con la familia se ven obligados a dedicarse a actividades económicas que le generan ingresos bajos sin considerar el esfuerzo y el riesgo que conlleva, planteándose como objetivo

capacitar a los integrantes de las asociaciones de comerciantes informales sobre la forma de comercializar sus productos, calculando costos de producción y precio de venta, mediante el aprendizaje de procesos básicos de contabilidad, imagen del negocio, atención al cliente y normas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos, con el propósito de que éstos generen mayor cantidad de recursos económicos para su subsistencia

y de ésta manera constituir a la Universidad como un ente proactivo en el desarrollo de las habilidades administrativas de los emprendimientos informales (UCACUE, 2016).

Partiendo del estudio, Martínez (2005) donde, en el contexto mexicano, se distingue que el 60,1% de los trabajadores pertenecientes al sector informal no cuentan con un nivel de educación básica secundaria completa; característica similar identificada en el caso de la Región del Maule en Chile, donde el 54,7% de los informales estudiados se caracterizan por únicamente poseer un grado de estudio básico, estableciéndose una relación de causalidad entre las variables educación, productividad e ingreso (Bustamante, Díaz, & Villarreal, 2009, pág. 50); la UCACUE puso en marcha el Proyecto anotado, mismo que sustenta en la Teoría del Capital Humano, considerándola ésta como una paradigma conceptual en el que la educación se constituye como aquella inversión realizada con la confianza de generar en el futuro una utilidad que favorezca al crecimiento económico, dado por el desarrollo de las capacidades laborales, fomento de la producción técnica y desarrollo de la tecnología (Villalobos & Pedroza, 2009).

De esta manera, el presente documento expone el resultado de la evaluación del impacto que causó el Proyecto de Vinculación con la Comunidad “Modelo de Reconversión de la Actividad Económica de Pequeños Emprendedores (Comerciantes Informales) de la Ciudad de Cuenca”, en sus beneficiarios, valorando, mediante encuestas, la percepción que éstos tuvieron sobre las capacitaciones recibidas y posteriormente estimando el nivel en el que éstas incidieron positivamente en el desempeño de los comerciantes medido a través de la calificación otorgada por sus clientes.

Es así que la hipótesis de partida del presente trabajo se especifica en términos de que, si los comerciantes formalizados que recibieron las capacitaciones durante el Proyecto valoraron de forma positiva los conocimientos adquiridos y éstos se constituyeron como un apoyo para la mejora en su desempeño como emprendedores, por lo que el presente se consideraría una evidencia de la vinculación de las Universidades en el desarrollo de las habilidades administrativas de los emprendimientos informales

Por lo anotado, hasta aquí, se justifica la investigación, dada la importancia que reviste la evaluación de los resultados obtenidos con el Proyecto, mediante la cual se podrá verificar el impacto que tiene la educación en el fortalecimiento de los emprendimientos como aporte a la reducción del sector informal de la economía nacional y por ende un desarrollo sostenido y sustentable de la sociedad, según se define en trabajos previos sobre la temática planteada en los que se establece el papel preponderante de la educación para el logro de los objetivos planteados por los emprendedores (Rosado & Castaño 2015; Sepúlveda & Gutiérrez, 2016).

A fin de exponer los resultados de la investigación planteada, luego de la presente introducción, se describe la metodología utilizada en la misma; para posteriormente presentar los resultados obtenidos, los mismos que constituyen la base para las conclusiones especificadas en el último apartado de este documento.

Metodología

El presente trabajo se enmarcó en un enfoque mixto con el que se pretendió analizar datos cuantitativos y otros del tipo cualitativo como son las percepciones tanto de los comerciantes como de sus clientes. Al establecer el alcance de la investigación ésta se definió como de tipo descriptivo y correlacional, dado que se analizó los resultados en su forma original a fin de describir la realidad estudiada, posterior a lo cual se evaluó las posibles relaciones entre las variables planteadas.

La información en la que se sustentó la investigación fue recopilada mediante encuestas, la cual, según los autores Lafuente y Marín (2008), se define como una técnica de uso generalizado en el proceso de recopilación de la información directa o datos primarios, fundamentada en un cuestionario el cual se aplica a los participantes del estudio propuesto.

Por otro lado, se especificó a la presente investigación del tipo longitudinal, ya que se estudió el fenómeno en dos diferentes momentos. Es así que, en primera instancia, se planteó un primer cuestionario a los comerciantes asistentes a las capacitaciones organizadas en el Proyecto, donde se registraron aspectos tales como sus datos de identificación y el tipo de oferta que realiza, los temas tratados en las capacitaciones que consideraron útiles para el fortalecimiento de su emprendimiento y el grado de factibilidad en la aplicación de los conceptos adquiridos; también se les solicitó que valoren desde diferentes

perspectivas aspectos inherentes al desarrollo de las conferencias. Por otro lado, una vez concluido el ciclo de capacitaciones, y con el objetivo de medir el impacto de la educación en el fortalecimiento de las competencias de los emprendedores, se consultó a los clientes asistentes al mercado donde los comerciantes formalizados expenden sus productos, su percepción sobre las actitudes de los comerciantes y otros aspectos inherentes a su experiencia de compra en el citado local.

En el propósito de describir la muestra empleada en la investigación, se anota que se consideró como población del presente estudio a los 1.226 comerciantes catastrados por parte del EDEC, pertenecientes a las 11 asociaciones, que según se detalla en la Tabla 1, fueron capacitados en el marco de la planificación del Proyecto en el periodo 2016 - 2018. Con el antecedente planteado y tomando en consideración una desviación estándar de la población de 0,50, un límite aceptable de error muestral 0,034 y un nivel de confianza 96,50%, se determinó el tamaño de la muestra 531 comerciantes. Es así que, con las particularidades del caso ya establecidas, se procedió con la selección, de tipo sistemática, de los elementos muestrales, aplicando el instrumento a los participantes según el listado de inscripción en un intervalo previamente establecido.

Tabla 1. Participantes en el Proyecto por asociaciones

Asociaciones	Cantidad de comerciantes participantes
Asociación 16 de septiembre	99
Asociación 22 de marzo	136
Asociación 30 de enero	362
Asociación 8 de julio	39
Asociación 8 de marzo	58
Asociación 9 de enero	61
Asociación Comité del Pueblo de Narancay	228
Asociación Divino Niño Jesús	83
Asociación El Aventurero	120
Asociación Mons. Leónidas	21
Asociación MTM	18
Cantidad total catastrados	1.226

Fuente: Registros del Proyecto

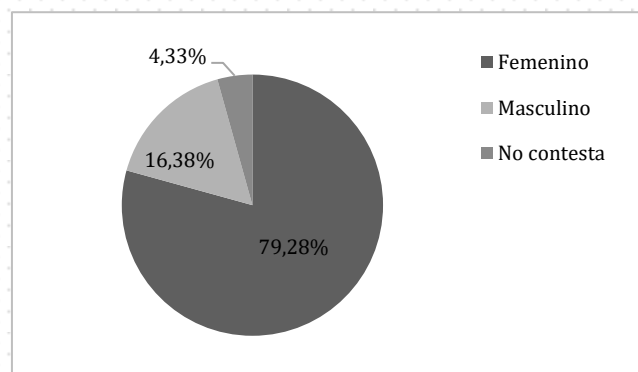
En línea con el párrafo precedente, se planteó una segunda encuesta, cuyo cuestionario se aplicó a una muestra del tipo no probabilístico de compradores que asisten a la Plataforma de Narancay, mercado de los comerciantes objeto de nuestro estudio; la cual, se decidió aplicar 6 meses luego de finalizada la ronda de capacitaciones, como parte del seguimiento y monitoreo del proyecto, encuesta que para lograr un número aceptable de población, se la realizó en 2 fines de semana por ser los días de mayor concurrencia al anotado local, aplicando los cuestionarios a las personas que tengan voluntad de colaborar, con su información, en la investigación planteada, obteniendo un total de 110 respuestas.

Finalmente, para concretar el análisis descriptivo, los datos recolectados fueron organizados en tablas de frecuencias, presentados en gráficos tipo barras y pastel, y se aplicó la

correspondiente estadística descriptiva. De la misma manera para el análisis de las posibles relaciones de dependencia entre las variables cualitativas planteadas se utilizó la prueba de Chi-Cuadrado, siendo importante reconocer que la prueba no indica el grado o tipo de relación; es así que para el análisis del grado y tipo de relación o asociación existente entre las variables se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, considerado éste como una prueba no paramétrica que evalúa la relación monótona de dos variables, en el caso de nuestro trabajo, ordinales. Se denota que en la investigación se utilizó como soporte los programas informáticos Statical Package Social Science (SPSS) y el Microsoft Excel.

Resultados

Desde el punto de vista descriptivo, se registra que, al aplicar el instrumento investigativo, del total de personas encuestadas el 79,28% son de sexo femenino y el 16,38% masculino; siendo que un 4,33% no responde a la pregunta planteada, según se presenta en la Figura 1. Es así que, consideramos consistentes los resultados presentados al compararlos frente a los obtenidos en otras investigaciones, tales como la de Pineda (2014), en la cual se pone en evidencia el restringido acceso a los mercados laborales por parte de las mujeres en el caso colombiano, lo cual hacen del emprendimiento la mejor alternativa para este sector, aunque en desventaja en referencia al acceso a capital, lo cual enmarca la actividad en un contexto de alta informalidad.

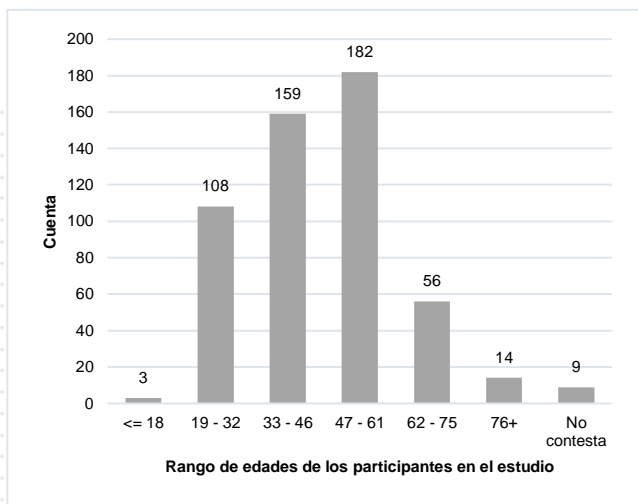


Fuente: Investigación propia

Figura 1. Proporción de emprendedores según su género

De la misma manera, se identifica como media de las edades de los micro emprendedores participantes en el estudio, aproximadamente los 45 años; evidenciando la edad de 18 años como mínima y 89 como máxima para los emprendedores estudiados. Igualmente, al analizar el Coeficiente de Asimetría de Fisher ($CA_F = 0,228$) como medida de distribución de los datos obtenidos, se establece una distribución positiva, siendo que la cola de su distribución se alarga hacia los valores superiores a la media, con lo cual se reconoce que la mayor proporción de micro comerciantes están en los rangos de edades menores a los 45 años, según se aprecia en la Figura 2. Cabe anotar que al contrastar los datos obtenidos en el presente trabajo con los obtenidos por Bustamante, Días y Villarreal (2009, pág. 45), estos son coincidentes; pues, en el trabajo referido, para la realidad chilena y en el caso de los

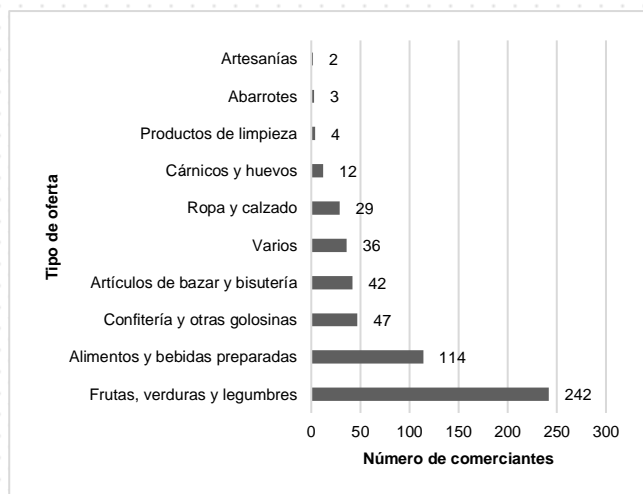
emprendedores informales, se obtiene como media de la edad de los estudiados los 45 años, lo cual se explica según la revisión bibliográfica de los autores, por una evidente precariedad del empleo en medida al aumento del rango de edades de los estudiados.



Fuente: Investigación propia

Figura 2. Micro emprendedores según rangos de edades

En cuanto a las actividades que realizan los micro emprendedores, se reconoce que todos los encuestados se dedican al comercio de diferentes artículos, principalmente frutas, verduras, legumbre, alimentos preparados, golosinas y otros, según se presenta en la Figura 3. Al contrastar los resultados obtenidos en nuestro estudio con los presentados por Castiblanco (2018), se evidencian similitudes; dado que, en su estudio del emprendimiento informal Bogotano, en su grupo de estudio destacan los emprendedores que se dedican a la preparación de alimentos y comercialización de bienes, que según el autor, se caracterizarían por su limitada transformación productiva, bajos niveles de acumulación, y pocas perspectivas de crecimiento y formalización.

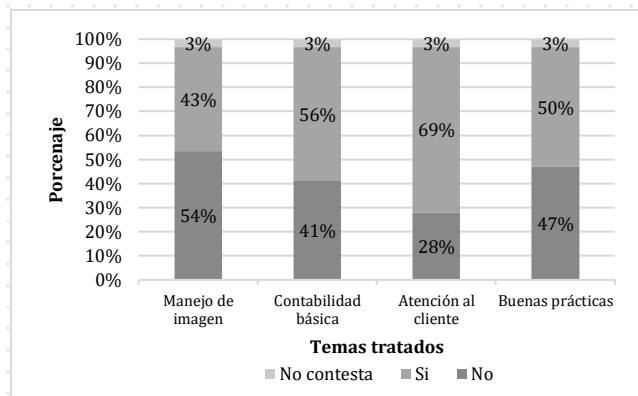


Fuente: Investigación propia

Figura 3. Tipo de oferta de los Micro emprendedores

Por otro lado, en el propósito de evidenciar el impacto de las capacitaciones en los micro emprendedores se evaluó la percepción que éstos tuvieron sobre el grado de utilidad

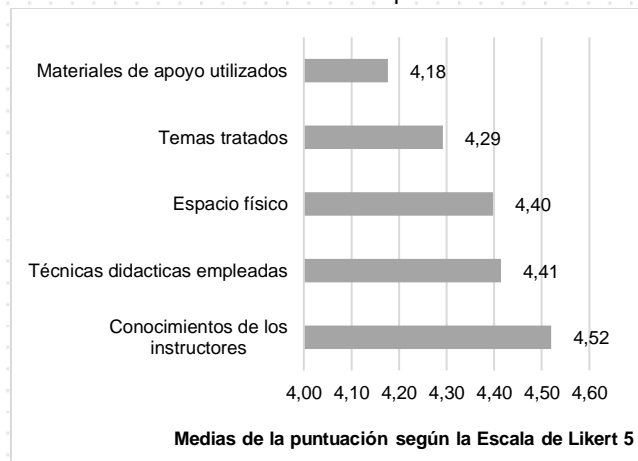
de los conocimientos adquiridos durante las capacitaciones; siendo que, según se muestra en la Figura 4, el tema referente a la atención al cliente concitó la mayor atención por parte de los asistentes, quienes los consideraron, en una proporción del 69%, como aplicables en su emprendimiento. En acuerdo con lo observado, en referencia a las temáticas tanto contables como de buenas prácticas de higiene y manejo de alimentos, estas fueron percibidas como útiles en similares proporciones, siendo importante anotar que el tema de manejo de imagen fue calificado como el de menor utilidad, por parte de los participantes.



Fuente: Investigación propia

Figura 4. Proporción de asistentes por percepción de utilidad de los temas tratados

Al examinar las evaluaciones que realizaron los micro emprendedores a los diferentes aspectos inherentes a la ejecución de las capacitaciones, se reconoce que en promedio se califica con un promedio superior a 4 en la Escala de Likert, donde 1 representó una percepción de muy malo y 5 de muy bueno (véase Figura 5); lo cual, da cuenta de una buena percepción de los aspectos evaluados; siendo que, el conocimiento de los instructores es el mejor puntuado y la valoración a los materiales utilizados el último en el listado planteado. Se reconoce, que en todos los casos las curvas descritas por los datos son asimétricamente negativas, refiriendo que los datos tienen a reunirse en el sector derecho o superior a la media.



Fuente: Investigación propia

Figura 5. Promedio de calificación a los aspectos inherentes a la ejecución de las capacitaciones

Pruebas de asociación y correlación

Al evaluar el impacto que tuvieron las técnicas didácticas utilizadas en las capacitaciones en la percepción del grado de utilidad de los temas tratados durante el ciclo de conferencias planificadas en el Proyecto, se reconoce, según se detalla en la Tabla 2, la existencia de una relación estadísticamente significativa entre las variables planteadas. A lo expuesto, se puede acotar, que únicamente en el caso de la percepción de la utilidad del tema atención al cliente, con un nivel de confianza del 5%, se acepta la hipótesis de independencia entre ésta variable y la calificación que se otorgó a las herramientas y técnicas didácticas empleadas dentro del aula por parte de los instructores.

Tabla 2. Prueba Chi-cuadrado para asociaciones entre la valoración a las técnicas didácticas utilizadas y el grado de utilidad de los conocimientos adquiridos por temática

Temas tratados	Valor	GI	Sig. Asintótica (bilateral)
Manejo de imagen	20,000	4	0,000**
Contabilidad básica	11,913	4	0,018*
Atención al cliente	9,433	4	0,051
Buenas prácticas	10,934	4	0,027*

**p< 0,001; *p<0,05;

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, luego del análisis de los resultados obtenidos mediante el coeficiente de Spearman, se encontró una relación lineal estadísticamente significativa de sentido positiva de grado medio entre la calificación que otorgaron los asistentes, a las técnicas y herramientas didácticas utilizadas en el proceso de aprendizaje y la percepción del grado de utilidad de los temas tratados tales como manejo de imagen ($r_s=0,1820$, $p<0,05$), contabilidad básica ($r_s=0,135$, $p<0,05$), buenas prácticas ($r_s=0,124$, $p<0,05$) y atención al cliente ($r_s=0,113$, $p<0,05$).

En cuanto a los materiales de apoyo utilizados en el aula durante las exposiciones, se identificó la existencia de una relación estadísticamente significativa entre la valoración por parte de los asistentes a los materiales antes anotados y la percepción de utilidad de los temas tratados, según se presentan los resultados de las pruebas de Chi-cuadrado en la Tabla 3.

Tabla 3. Prueba Chi cuadrado para asociaciones entre la valoración al material de apoyo utilizado y el grado de utilidad de los conocimientos adquiridos por temática

Temas tratados	Valor	GI	Sig. Asintótica (bilateral)
Manejo de imagen	12,510	3	0,006*
Contabilidad básica	18,343	3	0,000**
Atención al cliente	9,135	3	0,029*
Buenas prácticas	21,019	3	0,000**

**p< 0,001; *p<0,05

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al análisis correlacional, se verifica la existencia de una relación estadísticamente significativa (dado que en todos los casos se encontraron p-valor inferiores a 0,05) de sentido positivo y grado medio entre las variables planteadas en la Tabla 3, dando cuenta de que a una mejor valoración del material de apoyo utilizado mejora la percepción de la utilidad de los temas tratados por parte del grupo de estudio.

Con el afán de evaluar la existencia de una posible asociación entre la percepción de la experticia de los capacitadores y el grado de utilidad percibido por los asistentes sobre los temas tratados, se aplicó la prueba de Chi-cuadrado, cuyos resultados se detallan en la Tabla 4; siendo que, con un nivel de confianza del 5% se rechaza la hipótesis nula de independencia y se reconoce en base a la evidencia estadística, la asociación entre el conocimiento demostrado por los facilitadores y el grado de utilidad percibido para los temas manejo de imagen, contabilidad básica y buenas prácticas, según se muestra en la Tabla 4. Para el caso del tema atención al cliente, según los resultados, se acepta la hipótesis de que a nivel poblacional existe independencia entre las dos variables planteadas.

Tabla 4. Prueba Chi-cuadrado para asociaciones entre la valoración a los conocimientos de los docentes y el grado de utilidad de los conocimientos adquiridos por temática

Temas tratados	Valor	GI	Sig. sintótica (bilateral)
Manejo de imagen	8,616	3	0,035*
Contabilidad básica	12,621	3	0,006*
Atención al cliente	6,2429	3	0,093
Buenas prácticas	10,862	3	0,012*

**p< 0,001; *p<0,05

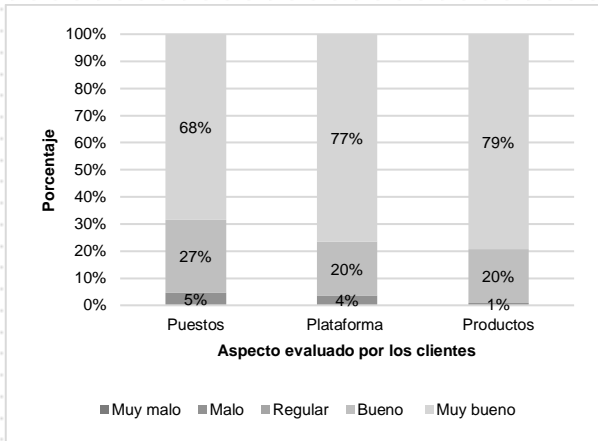
Fuente: Elaboración propia

De la misma manera, con el fin de evaluar el tipo de relación entre las variables planteadas, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman; siendo que se rechaza la hipótesis de independencia y se reconoce la existencia de una correlación positiva de grado medio entre la utilidad percibida para los temas manejo de imagen ($r_s=0,1117$, $p<0,05$), contabilidad básica ($r_s=0,142$, $p<0,05$), y buenas prácticas ($r_s=0,138$, $p<0,05$); por lo cual, se podría afirmar, que ha mejor percepción del manejo de tema por parte del instructor mejora la confianza que tiene el alumno en la utilidad que reviste a los conocimientos adquiridos.

Valoración de los clientes

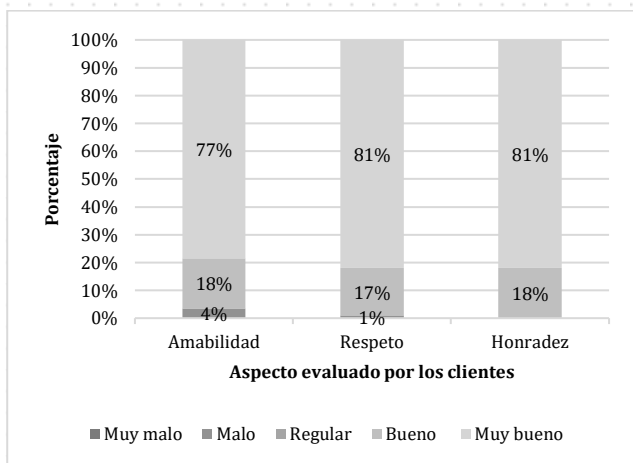
Por otra parte, en el propósito de evidenciar el impacto de las capacitaciones sobre el desempeño de los emprendedores formalizados, se consultó a sus clientes, es decir a las personas que acudieron a realizar su compras en la plataforma, luego de un periodo de tiempo establecido de 6 meses a partir de las capacitaciones impartidas, donde se le consultó su valoración sobre aspectos como la presentación de los puestos de expendio de los productos, las facilidades que brinda la plataforma y la calidad de los productos que son comercializados; determinando que, en

todos los casos se reconoce un alto porcentaje de respuestas con una valoración de bueno y muy bueno en la Escala de Likert para los aspectos consultados, según se detalla en la Figura 6, lo cual da una idea del impacto positivo de las capacitaciones impartidas sobre el manejo de la imagen de los puestos de expendio y la plataforma de Narancay, además de la adecuada estimación de los precios de venta de los productos.



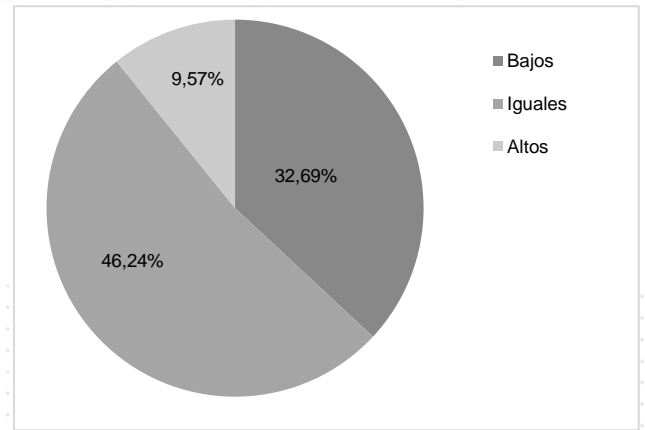
Fuente: Investigación propia
Figura 6. Valoración de los clientes sobre los aspectos inherentes al expendio de los productos por parte de los emprendedores

De igual forma, se evaluó la percepción de los compradores que acuden a la plataforma a los aspectos inherentes al trato recibido de parte de los emprendedores; registrando que en su mayoría califican como bueno y muy bueno, rasgos como la amabilidad, la honradez y el respeto que demostraron los comerciantes hacia sus clientes, según se aprecia en la Figura.

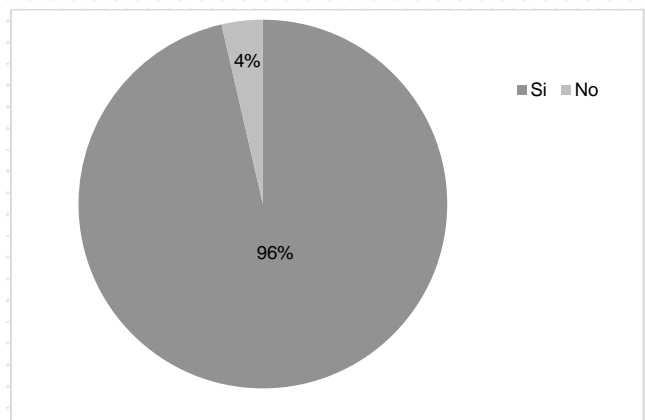


Fuente: Investigación propia
Figura 7. Valoración de los clientes a los rasgos de los comerciantes luego de las capacitaciones

De la misma forma, se consultó a los compradores que concurren a la Plataforma sobre su percepción sobre los precios actuales de los productos comercializados en relación a los del semestre anterior; siendo destacable que el mayor porcentaje los considera como iguales o más bajos, identificándose un porcentaje menor de consultados que los considera más altos según refiere la Figura 8.



Fuente: Investigación propia
Figura 8. Valoración de los precios por parte de los clientes luego de las capacitaciones



Fuente: Investigación propia
Figura 9. Intención de repetición de compra

Finalmente se indagó a los compradores si, luego de su experiencia de compra, tiene la intención de volver a la Plataforma para realizar sus compras a los comerciantes formalizados, obteniéndose como un resultado positivo de forma mayoritaria en las respuestas recibidas, según los datos presentados en la Figura 9.

Conclusiones

En el presente estudio se confirma la persistencia de diferencias en el acceso a las oportunidades laborales dado el género de las personas; pues, por la desventaja de las mujeres en dicho acceso, éstas tienden a emprender de forma independiente, siendo el sector informal, debido a sus limitadas barreras de ingreso, la primera opción para insertarse en el aparato productivo nacional; lo cual se pone en evidencia, en el presente estudio, dado que la proporción de mujeres emprendedoras formalizadas supera por mucho a la de los varones.

Al analizar las edades de los comerciantes formalizados, estas presentaron una media de 45 años y una evidente asimetría positiva hacia los rangos inferiores de edad, factor que se consideraría preocupante debido a que se reconoce un ingreso de la fuerza productiva más joven al sector informal, con la consiguiente precarización de su situación

laboral, siendo éste un sector con mejores expectativas que las que ofrece el tipo de emprendimiento estudiado.

Se confirma que los emprendedores formalizados se dedican básicamente al comercio de frutas, verduras, alimentos preparados y confites, situación que no es novedosa, pues ésta realidad es cada vez más palpable en la cotidianidad de nuestras ciudades, por lo que se considera, este dato muy importante al momento de definir acciones por parte de los diferentes actores inmersos en la problemática planteada, a fin de fomentar medidas que incentiven a los emprendedores a agregar valor a sus productos generando, de ésta manera, una vía de desarrollo sostenible a largo plazo.

De la misma manera, en cumplimiento del objetivo planteado en la presente investigación, al evaluar el impacto de las capacitaciones ejecutadas en el Proyecto de Vinculación con la Sociedad Modelo de Reconversión de la Actividad Económica de Pequeños Emprendedores de la Ciudad de Cuenca, en primera instancia se confirma que en su mayor porcentaje los asistentes calificaron como útiles los conocimientos adquiridos en el marco de las capacitaciones planteadas en el anotado Proyecto, siendo valorados de manera positiva aspectos importantes como son el conocimiento de los instructores, las técnicas didácticas empleadas, entre otros.

Al evaluar el impacto de las capacitaciones en los asistentes, se evidenció que los beneficiarios del Proyecto consideran que el tema de atención al cliente fue el que mayor interés causó en el marco de las capacitaciones planteadas; siendo que, el tema manejo de imagen lo apreciarían de menor utilidad. Por lo expuesto se destaca la importancia que los comerciantes formalizados refieren a la buena atención al cliente como un factor que diferencie su servicio y garantice la clientela para sus productos.

De la misma manera, se identificó la existencia de una correlación positiva entre la valoración a los diferentes aspectos inherentes al desarrollo de las capacitaciones y el interés en los temas tratados; lo cual da cuenta de la importancia de una planificación eficaz en Proyectos como el que se evalúa en este trabajo, pues dependerá mucho del cuidado que se ponga a aspectos como los conocimientos de los instructores, técnicas didácticas empleadas y otros en el logro de los objetivos planteados.

Por otro lado, con los resultados del trabajo desarrollado, se puso en evidencia el impacto del Proyecto de Vinculación con la Sociedad emprendido por la Universidad Católica de Cuenca, reconociendo su papel en el desarrollo de las habilidades administrativas de los emprendimientos informales; pues se reconoce que los clientes en base a su experiencia de compra calificaron positivamente la mejora en aspectos como imagen, calidad de productos y atención al cliente, lo cual en forma concomitante conlleva a una clara intención de repetición de compra. No obstante, lo anotado, indagar sobre la apreciación de los clientes sobre los precios de los productos ofrecidos, estos fueron calificados en su mayor proporción como iguales a los de

ocasiones anteriores, lo cual se consideraría como un factor susceptible de un análisis más profundo en futuras investigaciones a fin de identificar sus causas y proponer alternativas que se generen factores de diferenciación en los comerciantes.

Con los datos presentados y de forma general se destaca el esfuerzo realizado por la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca como muy valioso en cuanto a la formalización de los comerciantes, en su afán de garantizar un ambiente de trabajo y una fuente de ingresos digna para un sector marginado de nuestra sociedad; más se considera, a la luz de los resultados presentados, como siguiente paso el trabajar en generar una ventaja competitiva por parte del grupo de comerciantes objeto del estudio, en la que se potencien sus fortalezas, tales como su buena predisposición a brindar una atención esmerada a sus clientes y se minimice su amenaza referente a la alta competitividad del mercado, donde el precio es un factor diferenciador importante, siendo la generación de valor agregado en los productos el factor clave del desarrollo de los comerciantes estudiados.

Finalmente se reconoce la limitación del estudio presentado en cuanto a su longitud, pues se analizó la situación de los comerciantes en un espacio de tiempo concreto, más es importante seguir monitoreando el desarrollo del grupo estudiado en el ámbito del emprendimiento, además de incluir otras variables que generen nuevos puntos de vista sobre el fenómeno. También, consideramos importante que el grupo de estudio se considere como un ambiente de prueba, en el que se incluyan cambios que pudieran ser verificados y contribuir a formar un base de conocimientos que generen las estrategias más viables para el desarrollo del sector.

Referencias

- Asamblea Nacional. (2010). Ley Orgánica de Educación Superior. Registro Oficial S. 298 del 12 de octubre 2010.
- Bustamante, M., Díaz, R., & Villarreal, P. (2009). Economía informal: un análisis al comercio ambulante de la región del Maule, Chile. *Forum Empresaria*, 14(1), 35-57. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/631/63111799002.pdf>
- Castiblanco, S. (2018). Castiblanco Moreno, S. E. (2018). Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *Sociedad y economía*(34), 211-228. doi:DOI: 10.25100/sye.v0i34.6479
- Cuadrado, G, Morocho, A, Calle, O, & Bonilla, V. (2017). La univesidad, los programas de capacitación y las asociaciones de comercio informa. *RECIMUNDO*, 1(5), 254-27. Obtenido de <http://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/73>
- Dután, J. (1991). *Población del sector informal en la economía urbana de Cuenca: Formación y Funcionamiento*. Quito, Ecuador: ILDIS. Obtenido de

- <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56170.pdf>
- EDEC. (2017). Rendición de cuentas 2017. Obtenido de <http://www.edec.gob.ec/sites/default/files/Rendicio%CC%81nDeCuentasEDEC.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Catón Cuenca. (2003). *Ordenanza que regula las actividades del comercio ambulatorio y otras, en los espacios públicos del area urbana del cantón Cuenca*. Obtenido de <http://www.guardiaciudadanacuenca.gob.ec/sites/default/files/ordenanza182-comercio%20ambulatorio.pdf>
- INEC. (2017). *Panorama laboral y empresarial del Ecuador 201*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>
- INEC. (2019). *Boletín Técnico N° 03-2019-ENEMDU*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Junio/Boletin_tecnico_de_empleo_jun19.pdf
- Lafuente, C., & Marín, A. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 64, 5-18.
- Martínez, J. (2005). El sector informal en México. *El Cotidiano*(130). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=325/32513005>
- OIT. (2018). *Mujeres y hombres en la economía informal: Un panorama estadístico*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_635149.pdf
- OIT. (s/f). *Empleo informal*. Obtenido de <http://www.oitcinterfor.org/taxonomy/term/3366>
- Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y economía*(26), 239-269.
- Quezada, J. (2016). Análisis del sector de trabajo informal en el mercado El Arenal y propuesta para un mejor manejo y control; periodo 2014-2015. (Trabajo de grado). Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6005>
- Rosado, L., & Castaño, G. (2015). Revisión del estado del arte de la Relación entre educación y desarrollo económico. *Revista de Economía del Caribe*, 5(16). doi:<http://dx.doi.org/10.14482/ecoca.16.7693>
- Sepulveda, C., & Gutiérrez, W. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=290/29045347003>
- UCACUE. (2016). FEM 001. Proyecto de Vinculación con la Comunidad - Modelo de Reconversión de la Actividad Económica de Pequeños Emprendedores (Comerciantes Informales) de la Ciudad de Cuenca. [Formato]. Archivo UCACUE.
- Villalobos, G., & Pedroza, R. (2009). Perspectiva de la Teoría del Capital Humano acerca de la relación entre educación y desarrollo. *Tiempo de Educar*, 10(20). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311/31112987002>