

El empoderamiento femenino e ideas de negocios: Un aporte a la responsabilidad social empresarial (RSE) y a la vinculación de la ULEAM con la comunidad

María del Mar Hidalgo Cedeño
Miguel Alberto Romero Zambrano
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Frank Ángel Lemoine Quintero
Luis Miguel Mejía Ruperti



El empoderamiento femenino e ideas de negocios: Un aporte a la responsabilidad social empresarial (RSE) y a la vinculación de la ULEAM con la comunidad

María del Mar Hidalgo Cedeño
Miguel Alberto Romero Zambrano
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Frank Ángel Lemoine Quintero
Luis Miguel Mejía Ruperti

COLABORADORES

Álvarez Tamba Horacio Valentino

Chica Paz Karla Selena

Chica Rodríguez María Verónica

Delgado Lugo Valeria Dolores

García Zambrano Luis David

Hernández Hernández Yessica Marlene

Jama Cedeño Kelly Margarita

Loor Intriago Yulexi Leonor

Marcillo Mejía María Angelica

Márquez Defaz María Adriana

Medina Cedeño Quinirio Argenis

Menoscal Bravo Nayelhi Nahomi

Mera Chávez Nabelyn Aidee

Montalván Chila Victoria Isabel

Panta Zambrano Nahomy Liceth

Pazmiño Pincay Jorge Andrés

Pezo Valarezo Stefany Marilyn

Sabando Giler Irlanda Romina

Santos Santos José Ignacio

Valencia Cedeño Jorge Jair

Vargas Ferrín María Mercedes

Vélez Chica Nicoll Micaela
Vélez Conforme Dayana Jamileth
Vera Domínguez Virginia Carolina
Zambrano Cabeza Iván Romario
Zambrano Cedeño Dayana Nicole
Zambrano Cevallos Melanie Jaline
Zambrano Guerrero Gema Guadalupe
Zambrano Jiménez Heidy Clarisa
Zambrano Mero Marcos Vinicio
Zambrano Veliz Karla Valeria
Zambrano Zambrano Cristhian Humberto
Zambrano Zambrano María Belén

Este libro ha sido debidamente examinado y valorado en la modalidad doble par ciego con fin de garantizar la calidad científica del mismo.

© Publicaciones Editorial Grupo Compás
Guayaquil - Ecuador
compasacademico@icloud.com
<https://repositorio.grupocompas.com>



Hidalgo, M., Romero, M., Carvajal, G., Lemoine, F., Mejía, L. (2023) El empoderamiento femenino e ideas de negocios: Un aporte a la responsabilidad social empresarial (RSE) y a la vinculación de la ULEAM con la comunidad. Editorial Grupo Compás

© María del Mar Hidalgo Cedeño
Miguel Alberto Romero Zambrano
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Frank Ángel Lemoine Quintero
Luis Miguel Mejía Ruperti

ISBN: 978-9942-33-751-1

El copyright estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 1	12
Empoderamiento femenino: Un viaje hacia la igualdad y la fortaleza.....	12
Definición de empoderamiento	12
Importancia del empoderamiento en la mujer.....	13
Principios de empoderamiento en la mujer	14
Tipos de empoderamientos femeninos.....	17
Ventajas del empoderamiento en la mujer	18
Desventajas del empoderamiento en la mujer.....	19
Igualdad de género y su influencia en el empoderamiento de la mujer	20
Desarrollo de la mujer en los negocios	22
La participación de la mujer en la toma de decisiones políticas.....	23
Inclusión de la mujer en el ámbito económico y social	24
Conclusiones	25
Referencias bibliográficas	27
CAPÍTULO 2	32
Deberes y Derechos de la mujer: Una exploración integral en busca de la igualdad	32
Definición de deberes y derechos de la mujer	32
Importancia de los deberes y derechos de la mujer.....	32
Características de los derechos de la mujer.....	34
Tipos de deberes de las mujeres.....	35
La importancia de cuidar la salud física y mental.....	35
Derecho a igualdad de condiciones.....	36
Derecho a la vida.....	36
Derecho a no ser maltratadas ni asesinadas	37
Derecho a la educación de las mujeres	37

Derecho a la participación política.....	37
¿Cuáles son los obstáculos que se presentan?.....	39
Liderazgo femenino	40
Liderazgo femenino: su importancia en la actualidad.....	41
Mujeres emprendedoras	42
¿Qué características tiene la mujer emprendedora?	42
Emprendedoras ecuatorianas al mundo.....	45
Conclusiones	45
Referencias bibliográficas	48
CAPÍTULO 3	52
Emprendimiento y empoderamiento femenino: Forjando caminos de éxito y equidad	52
Definición de emprendimiento.....	52
Importancia de emprender.....	53
El emprendimiento social.....	54
Emprendimiento rural	55
Emprendimiento inclusivo	57
Innovación Femenina	58
Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento	59
La educación en el emprendimiento	60
Emprendimiento oportunista.....	61
Emprendimiento innovador.....	61
Conclusiones	63
Referencias bibliográficas	66
CAPÍTULO 4	68
Administración del dinero en el hogar: Cimentando un futuro financiero sólido.....	68
Definición de administración	68
Definición del Dinero.....	69
Importancia de la administración del dinero en el hogar	70

Ingresos en el hogar	72
Gastos en el hogar	74
Gastos fijos obligatorios.....	75
Gastos importantes controlables	75
Gastos hormiga.....	76
Estrategias para administrar el dinero de manera eficiente en el hogar.....	77
Educación financiera	83
Factores que afectan a la administración del dinero en el hogar	83
Tipos de finanzas en el hogar.....	86
Finanzas personales.....	86
Finanzas familiares.....	87
Economía familiar	88
Conclusiones	89
Referencias bibliográficas	93
CAPÍTULO 5	99
Deberes formales de los contribuyentes en Ecuador: Compromiso con la sostenibilidad fiscal y el desarrollo nacional.....	99
Definiciones	99
Tipos de deberes formales.....	101
Declaración de impuestos	103
Ventajas de los deberes formales del contribuyente	104
Importancia de hacer las declaraciones antes del plazo de vencimiento	105
Sanciones por incumplimiento de declaraciones en el plazo establecido.....	106
Importancia de llevar un registro de ingresos y gastos	107
¿Quiénes pueden emitir facturas y notas de ventas?.....	108
Sanciones por no emitir facturas o notas de ventas.....	109
Conclusiones	110

Referencias bibliográficas	114
CAPÍTULO 6	119
Ideas de negocios y empoderamiento de la mujer: Tejiendo oportunidades hacia un futuro equitativo	119
Definiciones	119
Tipos de diseños de marcas	120
Ventajas de diseños de marcas	124
Importancia de diseños de marcas.....	125
Pasos para crear un diseño de marca.....	126
¿Qué es marketing?	126
¿Cómo ayuda el marketing a la creación de una marca?	127
Elementos y características de una marca	128
Diferencia de Branding y marketing	129
Herramientas que influyen en la creación de un logo o una marca	130
Conclusiones	131
Referencias bibliográficas	134
CAPÍTULO 7	139
Negocios digitales y emprendimientos de la mujer: Navegando hacia la transformación empresarial y la igualdad de género .	139
Definición General de Digitalización.....	139
Definición General de Negocios Digitales.....	140
Importancia de Negocios Digitales	140
Características de Negocios Digitales	141
Emprendedor digital.....	144
Incentivos para la creación de Negocios Digitales	145
Condicionantes para la creación de Negocios Digitales	146
Ecosistemas Empresariales Digitales	148
Estrategias para Negocios Digitales.....	148
Modelos de Negocios Digitales	150

Conclusiones	153
Referencias bibliográficas	155

INTRODUCCIÓN

En un mundo en constante evolución, marcado por la globalización, la tecnología y la interconexión, el papel de la mujer en la sociedad y en el ámbito empresarial ha experimentado transformaciones profundas y significativas. El empoderamiento femenino se ha convertido en un concepto clave en la búsqueda de la igualdad de género y el desarrollo sostenible, y su vinculación con el mundo de los negocios y la responsabilidad social empresarial (RSE) ha adquirido una relevancia sin precedentes.

La noción de empoderamiento femenino se fundamenta en el reconocimiento de los derechos de las mujeres como derechos humanos, y en la creación de condiciones que les permitan tomar decisiones informadas, acceder a recursos y participar activamente en todos los aspectos de la sociedad. En el contexto empresarial, el empoderamiento femenino implica eliminar las barreras que limitan la participación plena de las mujeres en cargos directivos, promoviendo la equidad salarial y brindando oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional en igualdad de condiciones.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es otro concepto clave en la era moderna de los negocios. Las empresas ya no son simplemente entidades creadas para generar ganancias, sino que también desempeñan un papel crucial en el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operan. La RSE se centra en la integración de prácticas éticas, sociales y ambientales en la gestión empresarial, buscando impactar positivamente en empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general.

La combinación del empoderamiento femenino y la RSE se presenta como una oportunidad única para generar cambios profundos en la sociedad y en las dinámicas empresariales. Cuando las empresas adoptan medidas concretas para empoderar a las mujeres en sus operaciones y estructuras, no solo contribuyen a la igualdad de género, sino que también enriquecen su capital humano, diversifican su perspectiva y fomentan la innovación. Al mismo tiempo, estas acciones tienen el potencial de crear un impacto significativo en las comunidades, al promover la equidad y mejorar la calidad de vida de las personas.

Este libro busca explorar la relación intrínseca entre el empoderamiento femenino, las ideas de negocios y la RSE, destacando cómo estas tres áreas pueden interactuar de manera sinérgica para potenciar el crecimiento económico y social. A lo largo de sus páginas, examinaremos casos de éxito de empresas que han implementado estrategias exitosas de empoderamiento femenino y RSE, identificando las lecciones aprendidas y las mejores prácticas que pueden servir de inspiración a otras organizaciones.

Además, se presentarán ideas de negocios innovadoras que no solo generan ingresos, sino que también contribuyen al empoderamiento de las mujeres y al desarrollo sostenible de las comunidades. Estas ideas abarcarán una variedad de sectores, desde la tecnología hasta la educación, pasando por la salud y el medio ambiente, demostrando cómo la creatividad y la visión pueden converger en proyectos empresariales con un propósito profundo y un impacto duradero.

En última instancia, este libro busca arrojar a la luz la importancia de considerar el empoderamiento femenino como un componente integral de la estrategia empresarial

y de la RSE. Al hacerlo, no solo se contribuye a la igualdad de género, sino que también se construye un camino hacia un futuro más inclusivo, justo y próspero para todos.

CAPÍTULO 1

Empoderamiento femenino: Un viaje hacia la igualdad y la fortaleza

Definición de empoderamiento

Para Vidal (2017) el empoderamiento se refiere al proceso mediante el cual las personas, en este caso específico las mujeres, adquieren mayor control sobre su propia vida, toman decisiones autónomas y ejercen su poder y capacidad de influencia en diferentes ámbitos.

Por otra parte Cruz et.al (2018) menciona que implica fortalecer la confianza en sí mismas, desarrollar habilidades y conocimientos, y acceder a recursos y oportunidades que les permitan participar de manera activa y equitativa en la sociedad. El empoderamiento busca eliminar las barreras y desigualdades que limitan el potencial de las mujeres, promoviendo su autonomía, derechos y bienestar, y contribuyendo a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Cabe mencionar que para Solís et.al (2018) el empoderamiento se refiere a la capacidad que tienen las personas, en situaciones de vulnerabilidad, para lograr una transformación y dejar de ser vulnerables. El objetivo es alcanzar la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas. Esto implica superar barreras culturales y promover la participación de las mujeres en todos los ámbitos, incluyendo la educación, la salud, la economía y la política. En general, el empoderamiento es un mecanismo para efectuar una transformación social profunda y con una base amplia.

Importancia del empoderamiento en la mujer

Según Orsini (2021) menciona que el empoderamiento femenino es un tema crucial en la lucha por la igualdad de género y la justicia social. Se refiere al proceso por el cual las mujeres obtienen el control sobre sus vidas y tienen la capacidad de tomar decisiones que afectan su bienestar y el de su comunidad. El empoderamiento de las mujeres es fundamental para lograr la igualdad de género, ya que les permite tomar decisiones informadas sobre su vida, su salud, su educación y su bienestar económico. La participación de las mujeres en la vida política, social y económica también es esencial para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza.

Por otra parte Abril et.al (2021) señalan que el empoderamiento femenino también es importante porque ayuda a las mujeres a superar las barreras culturales y sociales que han limitado su participación en la sociedad. A través del empoderamiento, las mujeres pueden desafiar las normas tradicionales y promover la igualdad de género en sus hogares, sus comunidades y su país. Al empoderar a las mujeres, se pueden impulsar iniciativas que buscan mejorar la educación, la salud y el bienestar económico de las mujeres y de toda la sociedad.

Sin embargo Tapia (2020) señala que el empoderamiento femenino también puede tener un efecto positivo en la economía de un país. Las mujeres que están empoderadas pueden contribuir significativamente al crecimiento económico a través del emprendimiento y la innovación. También pueden desempeñar un papel importante en la construcción de una sociedad más justa y equitativa, fomentando la participación ciudadana y promoviendo la igualdad de género.

El empoderamiento de la mujer es fundamental para superar las barreras y desafíos que aún existen en la sociedad, y construir un futuro en el que todas las mujeres puedan alcanzar su máximo potencial. Para cumplir este objetivo, es necesario promover el empoderamiento femenino en todos los ámbitos, incluyendo la educación, la salud, la economía y la política.

Principios de empoderamiento en la mujer

Para la ONU (2023) menciona que los principios de empoderamiento de las mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés) son un conjunto de prácticas empresariales que promueven la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Estos principios incluyen

- Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo,
- Promover la igualdad de género desde la alta dirección,
- Velar por la salud, seguridad y bienestar de todas las personas empleadas,
- Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres, entre otros.

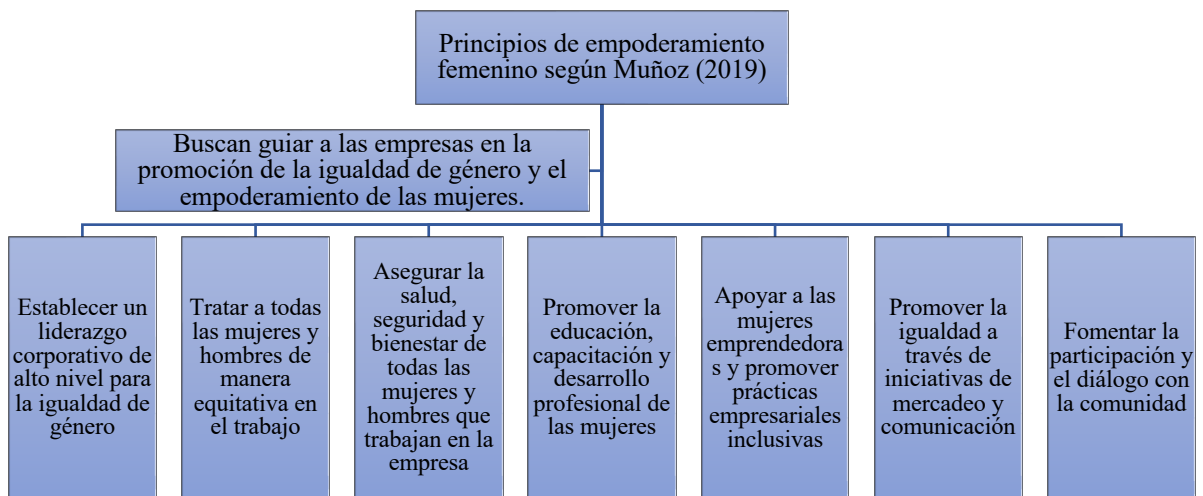
En general, los WEPs proporcionan un marco para que las empresas promuevan la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el ámbito laboral. Diversas organizaciones, incluyendo la ONU, promueven y apoyan la implementación de estos principios a nivel mundial para lograr una sociedad más equitativa y justa.

Para Muñoz (2019) estos principios buscan guiar a las empresas en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, reconociendo que su participación y equitativa es esencial para el desarrollo sostenible y la construcción de sociedades más justas.

- ✚ **Establecer un liderazgo corporativo de alto nivel para la igualdad de género:** Las empresas deben demostrar su compromiso con la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres a través del liderazgo y la participación de altos directivos.
- ✚ **Tratar a todas las mujeres y hombres de manera equitativa en el trabajo:** Las empresas deben garantizar la igualdad de oportunidades, eliminar la discriminación de género y promover un ambiente laboral inclusivo y respetuoso.
- ✚ **Asegurar la salud, seguridad y bienestar de todas las mujeres y hombres que trabajan en la empresa:** Las empresas deben tomar medidas para garantizar un entorno seguro y saludable para sus empleados, incluidas las políticas de prevención y respuesta ante la violencia de género.
- ✚ **Promover la educación, capacitación y desarrollo profesional de las mujeres:** Las empresas deben ofrecer oportunidades de formación y desarrollo para las mujeres, fomentando su crecimiento profesional y su participación en puestos de liderazgo.
- ✚ **Apoyar a las mujeres emprendedoras y promover prácticas empresariales inclusivas:** Las empresas deben promover y apoyar a las mujeres emprendedoras, así como adoptar prácticas empresariales inclusivas que beneficien a las mujeres en toda la cadena de valor.
- ✚ **Promover la igualdad a través de iniciativas de mercadeo y comunicación:** Las empresas deben evitar la representación estereotipada de género en su publicidad y promoción, y promover mensajes y productos que fomenten la igualdad de género.
- ✚ **Fomentar la participación y el diálogo con la comunidad:** Las empresas deben involucrar a la comunidad y las partes interesadas en el diseño e

implementación de políticas y prácticas que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

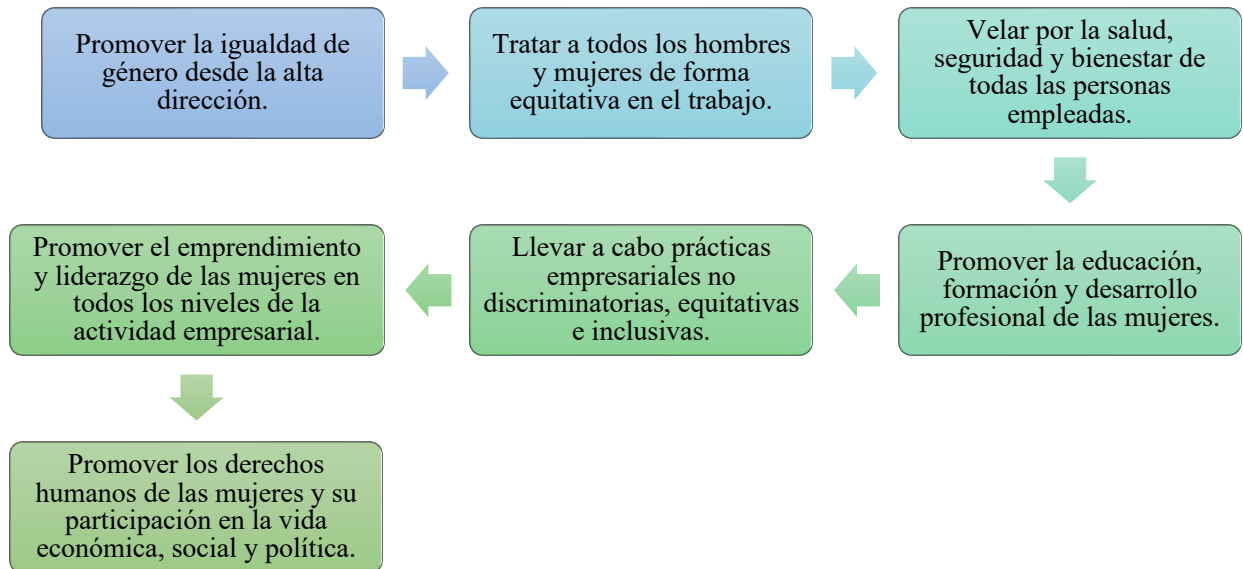
Figura 1 Principios de empoderamiento.



Nota. Principios de empoderamiento femenino según Muñoz (2019)

Mientras que para Wantland (2017) el empoderamiento de la mujer es la acción de aumentar la participación de las mujeres en todos los aspectos de su vida personal y social. A través de este proceso, ellas pueden tener el control de sus vidas y tener la habilidad de intervenir completamente y en igualdad de condiciones en todos los ámbitos de su sociedad, tal como la toma de decisiones y el acceso al poder, por lo que señala que existen 7 principios de empoderamiento.

Figura 2 7 principios de empoderamiento femenino



Nota. Principios de empoderamiento femenino según la definición de Wantland (2017)

Tipos de empoderamientos femeninos

Para Finke et.al (2021) existen varios tipos de empoderamiento que pueden beneficiar a las mujeres. Uno de ellos es el empoderamiento económico, que se refiere al acceso y control de los recursos económicos, como bienes, servicios financieros y la propiedad de la tierra.

Mientras que para Carruyo et.al (2017) indica que otro tipo es el empoderamiento político, que incluye la participación en procesos políticos para aumentar la representación y la inclusión de las mujeres en la toma de decisiones. Consiste en la participación y equitativa de las personas en la toma de decisiones políticas y en la representación en los espacios de poder. Esto implica el acceso a cargos de liderazgo, la

participación en procesos electorales y la influencia en las políticas públicas.

Por otra parte Peñaloza y Rincón (2017) señalan que el empoderamiento educativo es otro aspecto importante que puede ayudar a las mujeres a adquirir nuevas habilidades y aumentar su conocimiento. Además, el empoderamiento social incluye la promoción de una cultura de igualdad de género y el desarrollo de redes de apoyo para las mujeres. En resumen, existen varios tipos de empoderamiento que pueden ayudar a las mujeres a mejorar su calidad de vida y participación en la sociedad.

Ventajas del empoderamiento en la mujer

El empoderamiento de la mujer tiene muchas ventajas. En primer lugar, puede mejorar la calidad de vida de las mujeres al permitirles tener más control sobre sus vidas y tomar decisiones informadas sobre su futuro. Además, el empoderamiento económico puede aumentar el acceso de las mujeres a los recursos y mejorar su posición en el mercado laboral.

Según Ramos (2018), señala que el empoderamiento político también puede aumentar la influencia de las mujeres en la sociedad y mejorar la representación en los procesos de toma de decisiones. El empoderamiento social y educativo también son importantes, ya que pueden mejorar el acceso de las mujeres a la educación y los recursos sociales, promover la igualdad de género y la construcción de redes de apoyo. En general, el empoderamiento de la mujer puede mejorar la posición social, política y económica de las mujeres, y es un paso importante hacia la creación de un mundo más justo y equitativo para todos.

Araujo et. al (2019), definen que el empoderamiento femenino contribuye a la promoción de la igualdad de

género, que es un objetivo fundamental para el desarrollo sostenible. Al fortalecer la posición de las mujeres en la sociedad, se logra un equilibrio en el poder y se superan las desigualdades existentes. También contribuyen al desarrollo económico ya que las mujeres empoderadas tienen un impacto significativo en el desarrollo económico de una sociedad. El acceso a empleo digno, la participación en el emprendimiento y la igualdad salarial contribuyen al crecimiento económico y a la reducción de la pobreza.

Desventajas del empoderamiento en la mujer

Si bien el empoderamiento de la mujer es ampliamente reconocido como un objetivo importante para promover la igualdad de género y el desarrollo sostenible, también es necesario considerar las posibles desventajas o desafíos asociados a este proceso.

Una desventaja potencial del empoderamiento de la mujer es la resistencia cultural y social, así como lo menciona Acevedo (2021). En algunas sociedades, las normas tradicionales y los roles de género arraigados pueden generar resistencia al cambio y dificultar el avance de las mujeres hacia posiciones de liderazgo y toma de decisiones. Esto puede dar lugar a estigmatización, discriminación y oposición a las mujeres que buscan empoderarse.

Por otra parte Torres (2022) señala que además, el empoderamiento de la mujer puede enfrentar desafíos en términos de acceso a recursos y oportunidades. Las desigualdades económicas y sociales existentes pueden limitar el acceso de las mujeres a la educación, el empleo, la propiedad de la tierra y el crédito, lo que dificulta su capacidad para empoderarse de manera efectiva. La falta de acceso a recursos y oportunidades puede perpetuar la desigualdad de género y dificultar el progreso hacia la igualdad.

Finalmente para Ezcurra et.al (2022) otra desventaja puede ser la falta de apoyo institucional y político. Para que el empoderamiento de la mujer sea efectivo, es necesario contar con políticas y programas que promuevan la igualdad de género, así como con instituciones y organizaciones comprometidas con este objetivo. La falta de apoyo y compromiso puede limitar las oportunidades y los recursos disponibles para las mujeres, dificultando su empoderamiento.

Es importante destacar que estas desventajas no invalidan la importancia del empoderamiento de la mujer, sino que resaltan los desafíos y obstáculos que aún existen en la lucha por la igualdad de género. Es fundamental abordar estos desafíos de manera integral, promoviendo cambios culturales, sociales, económicos y políticos para lograr un empoderamiento efectivo y sostenible de las mujeres.

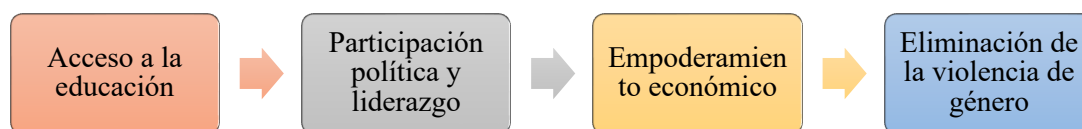
Igualdad de género y su influencia en el empoderamiento de la mujer

Según Larrauri y Ozaita (2020) la igualdad de género es un principio fundamental que se refiere a la igualdad de derechos, oportunidades y responsabilidades entre mujeres y hombres. Implica eliminar las barreras y desigualdades que existen en función del género, promoviendo la equidad y la justicia en todos los ámbitos de la vida.

Para Miranda y Oyaneder (2020) la igualdad de género es un elemento clave para el empoderamiento de la mujer. Cuando las mujeres tienen igualdad de oportunidades y acceso a recursos, pueden desarrollar su potencial y participar plenamente en la sociedad. La igualdad de género es esencial para garantizar que las mujeres tengan voz, poder de decisión y capacidad para influir en los asuntos que les conciernen.

Para Acuña (2017) la influencia de la igualdad de género en el empoderamiento de la mujer se manifiesta en varias áreas:

Figura 3. Igualdad de género y su influencia en el



empoderamiento femenino

Nota. Ejemplos de influencia de la igualdad de género en el empoderamiento de la mujer en varias áreas según Acuña (2017).

Acceso a la educación: La igualdad de género en la educación garantiza que las niñas y las mujeres tengan las mismas oportunidades de acceso y calidad educativa que los hombres. La educación empodera a las mujeres al proporcionarles conocimientos, habilidades y confianza en sí mismas, lo que les permite tomar decisiones informadas y participar activamente en la sociedad.

Participación política y liderazgo: La igualdad de género en la participación política y el liderazgo implica asegurar que las mujeres tengan igualdad de oportunidades para acceder a cargos de liderazgo y participar en la toma de decisiones. Esto es fundamental para garantizar que las políticas y decisiones reflejen las necesidades y perspectivas de las mujeres, y promover cambios que beneficien a toda la sociedad.

Empoderamiento económico: La igualdad de género en el ámbito económico implica garantizar que las mujeres tengan igualdad de oportunidades en el empleo, el acceso a recursos financieros y la igualdad salarial. El empoderamiento económico de las mujeres les brinda autonomía y capacidad para tomar decisiones económicas,

mejorar su bienestar y el de sus familias, y contribuir al desarrollo económico de sus comunidades.

Eliminación de la violencia de género: La igualdad de género es fundamental para prevenir y eliminar la violencia de género. Promover la igualdad de derechos y oportunidades reduce la vulnerabilidad de las mujeres a la violencia y garantiza que puedan vivir libres de violencia en todas sus formas.

Se puede definir que la igualdad de género es un componente esencial para el empoderamiento de la mujer. Solo a través de la igualdad de oportunidades y derechos se puede garantizar que las mujeres puedan desarrollar su potencial, tomar decisiones informadas y participar plenamente en la sociedad. Promover la igualdad de género es un paso fundamental hacia la construcción de sociedades justas, equitativas y sostenibles.

Desarrollo de la mujer en los negocios

Para Coronado et.al (2018) menciona que en los últimos años se ha producido un aumento del interés por el desarrollo e importancia de la mujer en los negocios. Las mujeres cada vez tienen más presencia en el mundo empresarial, aunque aún quedan barreras por superar. El empoderamiento de la mujer en los negocios es fundamental, ya que cada vez son más las mujeres que deciden emprender y poner en marcha su propio negocio, rompiendo con los estereotipos y las barreras de género.

Por otra parte Álvarez (2017) cuestiona que el desarrollo de la mujer en los negocios es importante no solo para la igualdad de género, sino también para el crecimiento económico y la innovación empresarial. Las empresas que promueven la diversidad son más competitivas y tienen mayores beneficios, al contar con diferentes perspectivas para abordar los desafíos empresariales.

Sin embargo para Poncela (2018) menciona que es por eso por lo que es importante promover la igualdad de género en el mundo empresarial y eliminar las barreras existentes, como el techo de cristal y la brecha salarial. La promoción de políticas que permitan la igualdad de oportunidades para todas las personas es fundamental para lograr un futuro más equitativo.

El desarrollo e importancia de la mujer en los negocios es fundamental para promover la igualdad de género, el crecimiento económico y la innovación empresarial. Es necesario seguir trabajando para eliminar las barreras de género existentes y promover un mundo empresarial más diverso e inclusivo.

La participación de la mujer en la toma de decisiones políticas

La participación de la mujer en la toma de decisiones políticas es crucial para lograr una sociedad más justa e igualitaria así lo menciona Mondragón et.al (2018). La inclusión de las mujeres en puestos políticos de toma de decisiones asegura que sus voces y necesidades sean tomadas en cuenta y que se tomen medidas efectivas en su favor. Además, las mujeres son capaces de aportar perspectivas y soluciones diferentes a los problemas políticos, lo que puede llevar a una mayor innovación y creatividad.

Según Cárdenas (2018) a pesar del progreso, las mujeres aún están subrepresentadas en la política y en la toma de decisiones. Impulsar la participación de las mujeres en la política significa superar las barreras culturales y de prejuicios, y promover políticas que permitan una participación plena e igualitaria de las mujeres en los procesos políticos. De esta manera se logra ampliar la base

teórica, jurídica e ideológica de las políticas públicas y garantizar la igualdad de género en todas las áreas.

Para Bacigalupe et.al (2022) menciona que la participación política de las mujeres es fundamental para lograr una sociedad más igualitaria. La inclusión de la mujer en la toma de decisiones políticas aporta nuevas perspectivas y soluciones a los problemas políticos y garantiza la igualdad de género en todas las áreas. Además, es fundamental promover políticas que permitan una participación plena e igualitaria de las mujeres en los procesos políticos, superando prejuicios y barreras culturales para conseguir una sociedad más justa e igualitaria.

Inclusión de la mujer en el ámbito económico y social

Para Salomão y Alentejo (2019) la inclusión de la mujer en lo social y económico es un concepto que se refiere a la participación de las mujeres en los ámbitos económicos y sociales con las mismas oportunidades que los hombres. Esta inclusión está basada en la igualdad de derechos y oportunidades, sin importar el género, y busca solucionar la desigualdad de género en estos ámbitos.

Mientras que para Rendon et.al (2021) la inclusión de la mujer en lo social y económico es importante por varias razones. En primer lugar, las mujeres representan una gran parte de la población y su inclusión puede tener un impacto significativo en la economía y el desarrollo social. Además, la exclusión de las mujeres de los ámbitos económicos y sociales puede ser perjudicial para el desarrollo en general.

La inclusión de la mujer en lo social y económico también promueve la igualdad de género y los derechos humanos. A través de la inclusión, se pueden implementar políticas de

igualdad de género y de empoderamiento de las mujeres, lo que a su vez beneficia a toda la sociedad.

Finalmente Rojas et.al (2017) recalca que es importante destacar que la inclusión de la mujer en lo social y económico no solo se trata de asegurar la igualdad de oportunidades, sino también de eliminar barreras y estereotipos de género que limitan la participación de las mujeres en estos ámbitos. Por lo tanto, se necesita un enfoque integral que incluya medidas en todas las áreas que influyen en la participación de las mujeres en lo social y económico.

Conclusiones

En el vasto lienzo de la historia humana, el empoderamiento femenino emerge como un hilo dorado que une generaciones y culturas en su lucha constante por la igualdad y el reconocimiento. Este concepto trasciende fronteras geográficas y barreras temporales, resonando en los corazones de mujeres y hombres que buscan transformar un mundo que, durante mucho tiempo, ha marginado y subestimado el potencial de la mitad de su población.

En su esencia, el empoderamiento femenino se refiere a la capacidad de las mujeres para tomar el control de sus vidas, tomar decisiones informadas y ejercer su influencia en todas las esferas de la sociedad. Va más allá de una mera redistribución de poder; es un movimiento que lucha por la justicia, la dignidad y la equidad. No es un llamado a la supremacía femenina, sino a la erradicación de desigualdades arraigadas que han perpetuado la discriminación y la violencia de género.

La lucha por el empoderamiento femenino ha atravesado épocas y civilizaciones. Desde las sufragistas que alzaron sus voces en busca del derecho al voto, hasta las activistas

modernas que denuncian la violencia sexual y el acoso en el lugar de trabajo, la historia es una crónica de valentía y resistencia. Las mujeres han demostrado una y otra vez su capacidad para resistir la adversidad y para enfrentar los sistemas que las oprimen.

El empoderamiento femenino no es una lucha aislada; su impacto trasciende a la sociedad en su conjunto. Cuando las mujeres son empoderadas, se crea un efecto dominó que genera cambios positivos en múltiples áreas:

Crecimiento Económico. - La participación de las mujeres en la fuerza laboral impulsa el crecimiento económico. Cuando las habilidades y el potencial de las mujeres son aprovechados, se generan nuevos mercados y oportunidades comerciales.

Desarrollo Sostenible. - Las mujeres desempeñan un papel vital en la construcción de comunidades sostenibles. Sus conocimientos sobre el medio ambiente y la gestión de recursos son invaluable para abordar desafíos como el cambio climático y la seguridad alimentaria.

Diversidad y Creatividad. - La inclusión de mujeres en todas las esferas fomenta la diversidad de pensamiento y perspectiva. Esto a su vez conduce a la innovación y a la resolución de problemas desde múltiples ángulos.

A pesar de los avances significativos, el empoderamiento femenino enfrenta desafíos persistentes. Las disparidades salariales, la violencia de género, la falta de representación en puestos de liderazgo y la brecha educativa siguen siendo problemas en muchas partes del mundo. Sin embargo, cada desafío presenta una oportunidad para el cambio.

El empoderamiento femenino es un camino continuo hacia un futuro más igualitario y justo. Requiere la colaboración de individuos, comunidades, gobiernos y empresas para

desmantelar las estructuras que perpetúan la desigualdad de género. Al abrazar y promover el empoderamiento de las mujeres, estamos construyendo un mundo donde todos pueden prosperar sin importar su género. En última instancia, el empoderamiento femenino es una celebración de la diversidad, la resistencia y el potencial humano que trasciende las limitaciones impuestas por el pasado.

Referencias bibliográficas

- Abril, D. Y., López, A. M., & Bravo, I. M. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. *Scielo*, 27(52).
<https://doi.org/https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.069>
- Acevedo, C. V. (2021). La mujer en medicina: la normalización de una discriminación oculta. 62(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.u.med62-4.muje>
- Acuña, J. G. (2017). LOS INDICADORES DE GÉNERO. LA RUTA HACIA LA IGUALDAD. *Redalyc*, 27(2), 133-147.
<https://www.redalyc.org/journal/654/65456039007/>
- Álvarez, E. O. (2017). DESARROLLO Y VENTAJAS COMPETITIVAS DE LOS NEGOCIOS DE FRANQUICIAS COMERCIALES EN BOLIVIA. *Redalyc*, 1(3), 183-94.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=621967328001>
- Araujo, L. M., Ramírez, L. T., & Montoya, T. d. (2019). La participación comunitaria como vía para el empoderamiento de encargadas del programa

- Comedores Comunitarios. *Redalyc*, 28.
<https://doi.org/10.25100/prts.voi28.8052>
- Bacigalupe, A., Rodríguez, A. C., March, A. G., & Carrillo, M. J. (2022). Invisibilidad de género en la gestión de la COVID-19: ¿quién toma las decisiones políticas durante la pandemia? *Scielo*, 36(2).
<https://www.scielosp.org/article/gs/2022.v36n2/156-159/es/>
- Cárdenas, L. P. (2018). Participación política de mujeres indígenas en tiempos de la Revolución Ciudadana. *Scielo*, 28(55).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So188-70172018000100061
- Carruyo, N., Ureña, Y. C., & Quiñones, E. (2017). EMPODERAMIENTO DIGITAL: INTEGRACIÓN UNIVERSIDAD, EMPRESA Y POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO ENDÓGENO. *Redalyc*, 12(36), 20-34.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78250100002>
- Coronado, A. J., Palma, H. G., & Redondo, R. P. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Redalyc*, 10(2).
<https://www.redalyc.org/journal/5177/517758004013/>
- Cruz, J. D., Rodríguez, J. P., & Villaverde, R. (2018). Empoderamiento y dermatología. *Scielo*, 109, 133-139.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0001731017305525>

- Ezcurra, T. T., Sevillano, L. M., Mejía, Z. E., & Burga, R. E. (2022). Liderazgo y empoderamiento en las mujeres empresarias en el Perú. *28(5)*. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845019/>
- Finke, J., Tinoco, F. O., & Laverde, F. P. (2021). Empoderamiento femenino, emprendimiento y pobreza. El caso colombiano. *Redalyc*, *34*. <https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao34.efepcc>
- Larrauri, J. O., & Ozaita, R. S. (2020). Medición de la igualdad de género en Europa. Una revisión de las particularidades del Índice de Igualdad de Género y sus consecuencias. *16(104)*. <https://www.redalyc.org/journal/112/11267898008/>
- Miranda, L. V., & Oyaneder, C. V. (2020). Hacia una teoría jurídica sin género: feminismo, autonomía e igualdad relacional. *Redalyc*, *44(1)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/0101-3173.2021.v44n1.17.p233>
- Mondragón, Y. d., Lozano Zanelly, G. A., Tito Cárdenas, J. V., & Ludeña González, G. F. (2018). Gestión pública y liderazgo de la mujer en. *Redalyc*, *23(84)*. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058776013/29058776013.pdf>
- Muñoz, A. A. (2019). Memoria del proceso de Empoderamiento Paficista de las mujeres del Cabildo Indígena Yanakuna Santiago de Cali 1999 a 2014. *Universidad de Granada*. <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/59540/58527.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

- ONU (Organización de Naciones Unidas). (2023). Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs). *Onu mujeres Ecuador*. <https://ecuador.unwomen.org/es/en-la-mira/weps-0>
- Orsini, M. (2021). *Prensa femenina: ¿herramienta para el empoderamiento de las mujeres?* Barcelona: Editorial OUC. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/195440?page=59>.
- Peñaloza, H. A., & Rincón, I. G. (2017). Condiciones para el empoderamiento de la mujer rural en Colombia. *Scielo*, 13(1). <https://doi.org/10.18041/entramado.2017v13n1.25135>
- Poncela, A. M. (2018). Turismo, negocio o desarrollo: el caso de Huasca, México. *Redalyc*, 6(1). <https://www.redalyc.org/journal/881/88165957013/>
- Ramos, L. M. (2018). Empoderamiento de la mujer en cargos políticos y /o jefaturas en el ámbito de gobiernos locales de la Provincia de Puno, 2016-2017. *Universidad Nacional Del Altiplano*. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RNAP_cc4588fa4bc7979321daabfc5795b9d4
- Rendon, M. M., Murillo, N. A., & Rodríguez, E. A. (2021). PERSPECTIVAS DEL COOPERATIVISMO Y LA INCLUSIÓN SOCIAL. *Redalyc*, 5(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.46296/yc.v5i8edesp.en.0106>
- Rojas, N. M., Sánchez, A. V., & Castañeda, L. A. (2017). Exclusión social, económica y política de la mujer desde la perspectiva histórica. Estudio de caso en la

Región Junín. *Redalyc*, 7(12), 73-85.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2017.12.312>

Salomão, A., & Alentejo, E. d. (2019). Desarrollo de la mujer escritora en Inglaterra, siglos XVIII y XIX: contribución de las bibliotecas circulantes para la inclusión femenina en la economía del libro. *Redalyc*, 2(2).

<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iib.bibliografica.2019.2.33>

Solís, K. R., Ortiz, J. P., & Ortiz, H. J. (2018). Autopercepción del empoderamiento en mujeres yucatecas. *Redalyc*, 10(1).

<https://www.redalyc.org/journal/5177/517754458002/>

Tapia, K. L. (2020). La importancia del empoderamiento de la mujer como mecanismo para reforzar la participación política en el distrito de Pátapo.

<https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8282>

Torres, Á. C. (2022). Acto educativo como catalizador del empoderamiento de la mujer ante la mutilación genital femenina. 28(3).

<https://www.redalyc.org/journal/280/28071865027/>

Vidal, A. S. (2017). Empoderamiento, liberación y desarrollo humano. *Redalyc*, 26(3), 155-163.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psi.2017.05.001>

Wantland, K. (2017). Principios para el empoderamiento.

<https://www.prensalibre.com/economia/principios-para-el-empoderamiento/>

CAPÍTULO 2

Deberes y Derechos de la mujer: Una exploración integral en busca de la igualdad

Definición de deberes y derechos de la mujer

Según (Unidas N. , 2018), la convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer requiere que se otorguen a las mujeres los mismos derechos que a los hombres y que las mujeres puedan ejercer efectivamente todos sus derechos. En los tratados internacionales de derechos humanos se hace referencia a la “igualdad”, aunque en otros ámbitos se emplea a menudo el término “equidad”

Para Franzoni y Calderón (2021) los deberes y derechos de las mujeres son un conjunto de normas y principios que buscan garantizar la igualdad entre hombres y mujeres en diferentes áreas de la sociedad, incluyendo la educación, el trabajo, la salud y la política.

Por otra parte, Cruz (2020) señala que, en términos generales, se entiende que los derechos de las mujeres son aquellos que les permiten desarrollarse en igualdad de condiciones con los hombres, mientras que sus deberes están relacionados con el cumplimiento de responsabilidades en relación con su propia vida y la de las personas que les rodean. Esto incluye derechos como la igualdad salarial, la protección contra la violencia de género, el derecho al voto y deberes como el cuidado de hijos y familiares enfermos.

Importancia de los deberes y derechos de la mujer

Acciones integrales que reduzcan los efectos por género causados por la pandemia, esta podría representar un

significativo retroceso en el avance obtenido con tanto esfuerzo en materia de derechos de las mujeres. Repensar las maneras en que protegemos y cuidamos a las mujeres y a otras poblaciones vulnerables será fundamental para construir la resiliencia mundial y evitar repetir lo sucedido en el año 2020. (Unidas O. d., 2020)

Es importante que existan las leyes que defiendan los derechos de la mujer para que no sucedan casos trágicos, el presidente sancionó una ley que despenalizaba el aborto en los casos de violación. La ley incluía condiciones restrictivas, como permitir el aborto sólo hasta la duodécima semana de embarazo. En julio, la Corte Constitucional modificó la ley para que dejase de exigir la autorización de los representantes legales o de terceros en el caso de las niñas y adolescentes que hubieran sido víctimas de violación y quisieran acceder al aborto. (Amnistía Internacional, 2022)

Finalmente, el autor Morrillo (2019) define que los derechos y deberes de la mujer son de suma importancia para garantizar la igualdad de género en diferentes ámbitos de la sociedad. Los derechos de las mujeres incluyen aspectos como la igualdad salarial, la protección contra la violencia de género, el derecho al voto, entre otros. Los deberes, por su parte, están relacionados con responsabilidades en su propia vida y la de las personas que les rodean, tales como el cuidado de hijos y familiares enfermos. Es esencial que estos derechos y deberes sean respetados para lograr una sociedad más equitativa y justa para todas las personas.

Tabla 1. Cambio en los derechos de la mujer

Mujeres antes	Mujeres en la actualidad
<input type="checkbox"/> No podían comprar bienes	<input type="checkbox"/> Libertad de expresión
<input type="checkbox"/> No podían estudiar	<input type="checkbox"/> Libertad de trabajar
<input type="checkbox"/> No podían trabajar	<input type="checkbox"/> Libertad de estudiar
<input type="checkbox"/> No tenían decisión	<input type="checkbox"/> Libertad de obtención de bienes
	<input type="checkbox"/> Libertad de decisión

Nota. Cambio en los derechos de la mujer (Gutierrez, 2021)

Características de los derechos de la mujer

Una de las características de los derechos de las mujeres es que es respaldado por, el Art. 9 de la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, que detalla sin perjuicio de los derechos reconocidos a favor de este grupo en la Constitución de la República del Ecuador e instrumentos internacionales ratificados por Ecuador. (Consejo de protección de derechos, 2023)

Expresa White (2022) que las características del deber, la obligación, compromiso o responsabilidad moral que le atañe a cada persona y que se basa en obrar bajo los principios de lo moral, la justicia o su propia mentalidad.

Tabla 2. Cambio en las características de los derechos de la mujer

En la antigüedad	En la actualidad
<input type="checkbox"/> Sin Salud	<input type="checkbox"/> Salud
<input type="checkbox"/> Sin educación	<input type="checkbox"/> Educación
<input type="checkbox"/> Sin derechos a participar en nada	<input type="checkbox"/> Participación
<input type="checkbox"/> Sin derecho a participar en temas políticos	<input type="checkbox"/> Política
	<input type="checkbox"/> Bienestar económico
	<input type="checkbox"/> Bienestar físico y psicológico

<input type="checkbox"/> Sin bienestar económico	
<input type="checkbox"/> Siendo maltratadas, siendo objeto de violencia.	

Nota. Cambio en las características de los derechos de la mujer. (Marino, 2020)

Tipos de deberes de las mujeres

La importancia de cuidar la salud física y mental

(PUCP, 2021), nuestra salud es un aspecto en nuestra vida que debemos cuidar no solo en un contexto de pandemia, sino en las acciones que realizamos día a día de manera rutinaria y preventiva. Nuestro bienestar físico y mental es fundamental para poder desarrollar plenamente nuestras actividades, hacerle frente al estrés de la vida diaria, ser productivos en el ámbito laboral y personal, y con ello contribuir positivamente con la sociedad. En ese sentido, es fundamental priorizar nuestra salud y definir acciones que contribuyan a mantenernos saludables, tanto en el aspecto mental como físico, para así lograr un equilibrio que nos permita hallar un bienestar integral.

Human (2021), en el mundo entero millones de mujeres y miembros del colectivo LGBTI siguen padeciendo discriminación en lo tocante al disfrute de sus derechos civiles, culturales, económicos, políticos y sociales.

Además, muchas mujeres, entre ellas las transgénero, las de género diverso y las intersexuales, se enfrentan a formas complejas de discriminación, -por razones de edad, raza, condición étnica, discapacidad o situación socioeconómica-, que se añaden a la discriminación por motivos de género.

Alice (2020), a lo largo del tiempo incluyendo en la actualidad los derechos fundamentales de la mujer han variado mientras transcurre la misma situación heredada de diferentes culturas desde la indígena hasta la clase más alta.

Ya dentro de una sociedad siempre ha existido la controversia o el desacuerdo entre los derechos de la mujer y los derechos del hombre, factores como la exclusión en el ámbito familiar, laboral y religioso, han generado conflictos a nivel internacional en una 'guerra' que hasta hoy en día no se ha logrado suprimir del todo.

Entre los derechos humanos de la mujer han ido evolucionando o cambiando a través de los siglos, marcados por momentos históricos vividos.

Cada uno de estos derechos se han modificado con el fin de mejorar la condición femenina dependiendo su cultura u origen.

Derecho a igualdad de condiciones

Etecé (2021), la igualdad de derechos es la igualdad ante la ley de todos los seres humanos, sin discriminarlos en base a condiciones tales como su sexo, su orientación sexual, su procedencia, su religión o su raza. En la práctica es lo mismo que el derecho a la igualdad. Esto quiere decir que lo establecido en la ley escrita, recogido en códigos o en la Constitución, o incluso aquellos ordenamientos legales dictaminados por la costumbre, deben aplicarse como principios generales de justicia, y no ejercerse a discreción dependiendo de la persona.

Derecho a la vida

Como lo menciona Aliende (2021), el derecho a la vida es considerado esencial, pero no es solo un simple derecho, sino que es el fundamento y la clave de todos los demás

derechos y libertades, y está ligado a la esencia de la dignidad humana. El autor analiza y menciona toda la legislación española estatal y autonómica, la comparada fundamentalmente europea, así como todos los tratados y acuerdos internacionales y europeos sobre el derecho a la vida, con un planteamiento muy científico y objetivo, sin perjuicio (en muchas ocasiones) de expresar sus opiniones de forma no dogmática, dadas las dudas y lagunas a veces existentes en el contenido complejo y difícil de este derecho.

Derecho a no ser maltratadas ni asesinadas

(Secretaría de Derechos Humanos, 2020), el Plan Nacional de Prevención y Erradicación de Violencia Contra las Mujeres (PNPEVCM) se acoge a la metodología y parámetros internacionales y aquellos planteados por el Estado ecuatoriano para el diseño de política pública de carácter intersectorial; en este sentido, los contenidos del presente plan analizan en primera instancia el marco conceptual de la VCM y el marco legal e internacional vigente, que fundamentan las acciones contenidas en el presente ejercicio de política pública.

Derecho a la educación de las mujeres

Muchas niñas y mujeres no pueden ejercer su derecho a la educación debido a la desigualdad de género y a las prácticas discriminatorias. La pobreza, el matrimonio precoz y la violencia de género son solo algunas de las razones que explican el alto porcentaje de niñas y mujeres sin escolarizar y analfabetas en todo el mundo. (UNESCO, 2023)

Derecho a la participación política

Para Marín (2020), el derecho de la mujer a la participación política es un tema clave en la lucha por la igualdad de género y la equidad social. Este derecho se refiere al acceso

y la participación real y efectiva de las mujeres en la toma de decisiones políticas y en los cargos públicos, ya sea a nivel local, regional o nacional.

En muchas sociedades, las mujeres han estado excluidas o relegadas a un segundo plano en la vida política, lo que ha limitado su participación y el reconocimiento de sus ideas, demandas y necesidades. El derecho de la mujer a la participación política busca erradicar esta discriminación y garantizar su igualdad de oportunidades y de derechos en este ámbito.

Por otra parte Yásnaya (2020), menciona que la lucha por el derecho de la mujer a la participación política se ha desarrollado en diferentes niveles y contextos, y ha sido objeto de diversas iniciativas y organizaciones a nivel nacional e internacional. Entre estas iniciativas, se incluyen la creación de leyes y normativas que promueven la igualdad de género y la equidad social, la participación de las mujeres en los procesos electorales, y la promoción de la educación y la formación de las mujeres en temas políticos.

Finalmente, para Wetshokonda (2017), es importante destacar que el derecho de la mujer a la participación política no sólo significa el acceso a los cargos públicos o al ejercicio del voto, sino también la posibilidad de influir en las decisiones políticas y en la agenda pública. Esto implica la eliminación de barreras que aún persisten, como la violencia de género, la discriminación laboral y la falta de oportunidades de acceso a la educación y la formación política.

En conclusión, el derecho de la mujer a la participación política es un derecho fundamental que debe ser garantizado por todas las sociedades, y que se enmarca en la lucha por la igualdad de género y la equidad social. La promoción de este derecho no sólo beneficia a las mujeres,

sino que también contribuye a la construcción de una sociedad más justa, democrática y participativa.

¿Cuáles son los obstáculos que se presentan?

Como lo menciona (UNESCO, 2017), una preocupación importante que atañe a muchos países no es sólo que el número de niñas escolarizadas sea limitado, sino que las trayectorias educativas disponibles para aquellas que entran en las aulas también lo son. La tasa de participación de las niñas en las carreras vinculadas a las STEM es significativamente baja en muchos contextos. Una preocupación importante que atañe a muchos países no es sólo que el número de niñas escolarizadas sea limitado, sino que las trayectorias educativas disponibles para aquellas que entran en las aulas también lo son. La tasa de participación de las niñas en las carreras vinculadas a las STEM es significativamente baja en muchos contextos.

Las niñas parecen perder interés en el ámbito de las STEM a medida que crecen, particularmente en el periodo entre los primeros años de la adolescencia y al final de ésta. La brecha entre géneros en lo relativo a las STEM es particularmente notoria en el segundo ciclo de la enseñanza secundaria, algo que resulta evidente al constatar las opciones que escogen las niñas en sus estudios superiores vinculados con las matemáticas y las ciencias.

La cantidad de mujeres que siguen abandonando las disciplinas vinculadas a las STEM es desproporcionada durante sus estudios en la enseñanza superior, durante la etapa de transición al mundo laboral e, incluso, durante sus carreras.

La obligación de los centros educativos de adecuarse a los “géneros sentidos” por el alumnado no puede estar sujeta a la mera expresión verbal de niñas, niños y adolescentes, ni se puede someter al profesorado a atender demandas no

certificadas por los profesionales responsables de la atención de la psicología clínica o de apoyo a la transexualidad en su caso.

En contra de lo que se recomienda en la legislación de protección a la infancia, estos protocolos educativos estarían incumpliendo las garantías para salvaguardar el interés superior del menor. Lo hacen cuando conceden a la palabra del menor la categoría de “único criterio válido”, no respetando el principio de mínima intervención y transfiriendo al profesorado responsabilidades y habilidades que corresponden a otros ámbitos profesionales. (Red, 2020)

Liderazgo femenino

(Universidades Santander, 2022), el liderazgo en mujeres se suele asociar a modelos de trabajo con una mayor orientación hacia las personas, la expresividad y la cercanía, así como con tendencia a la cooperación, la resiliencia, la conducción horizontal y el predominio de lo emocional. A los hombres, en cambio, se los relaciona más con habilidades como la estrategia, la asertividad o la competitividad.

Si bien se trata de dos estilos de dirección diferentes, no son una verdad inmutable, ni resultan de cualidades innatas. La mayor parte de estas diferencias proviene de la socialización diferenciada que recibimos desde la infancia, de una estructura social que deriva en obstáculos, como el conocido “techo de cristal”, y de los prejuicios de género. Por este motivo, el hecho de que el liderazgo en mujeres y hombres se tienda a diferenciar de esta manera no significa que las carencias no se puedan desarrollar a través del aprendizaje y de la experiencia.

Creana (2021), pese al aumento en la participación y el liderazgo femenino, presente en todas las actividades

humanas, particularmente en los últimos tiempos, muy pocos países han logrado el equilibrio de género. Mucho menos la distribución equilibrada de las altas posiciones directivas entre hombres y mujeres.

Las oportunidades que tienen las mujeres siguen siendo muy desiguales en comparación a las que reciben los hombres. Su presencia sigue siendo minoritaria a pesar de la evidencia de la capacidad que han demostrado en su gestión a todo nivel.

Liderazgo femenino: su importancia en la actualidad

(Universidad Internacional de Valencia, 2022), no obstante, el aumento en la participación y el liderazgo femenino, presente en todas las actividades humanas, particularmente en los últimos tiempos, muy pocos países han logrado el equilibrio de género y mucho menos la distribución equilibrada de las altas posiciones directivas entre hombres y mujeres.

Las oportunidades que tienen las mujeres siguen siendo muy desiguales en comparación a las que reciben los hombres, su presencia sigue siendo minoritaria no obstante la evidencia de la capacidad que han demostrado en su gestión a todo nivel.

Alviz et.al, (2021) Dentro de este contexto y dada la importancia del emprendimiento, como un factor crítico del desarrollo económico de un país, es indispensable generar un ecosistema que facilite a la mujer el desarrollo de sus proyectos empresariales en condiciones adecuadas, que consulten la realidad que a diario viven ellas en un escenario en el cual desempeñan múltiples roles.

Manos Unidas (2022), la educación es una condición básica y necesaria para el desarrollo. La constitución de sociedades

basadas en la justicia y la igualdad, en la que las personas vean respetadas su dignidad y su desarrollo integral como seres humanos, depende en gran medida del fomento que éstas hagan de una educación basada en el respeto del otro como ser humano y como sujeto de derechos.

La educación es un derecho humano y constituye un instrumento indispensable para alcanzar los objetivos de la igualdad, el desarrollo y la paz. La educación no discriminatoria beneficia tanto a las niñas como a los niños y conduce a relaciones más igualitarias entre mujeres y hombres. La igualdad de acceso a la educación y la obtención de educación son necesarias para que más mujeres se conviertan en agentes de cambio.

Women (2023), una niña o una mujer que asiste a la escuela está realizando su derecho humano fundamental a la educación. Además, tiene una mayor posibilidad de realizar su pleno potencial en el transcurso de la vida, ya que estará mejor preparada para obtener un trabajo decente y bien remunerado, por ejemplo, o alejarse de un hogar violento.

La educación es esencial para que las mujeres puedan alcanzar la igualdad de género y convertirse en agentes de cambio. Al mismo tiempo, las mujeres educadas benefician a las sociedades enteras. Contribuyen de modo sustancial a las economías prósperas y a mejorar la salud, la nutrición y la educación de sus familias.

Mujeres emprendedoras

¿Qué características tiene la mujer emprendedora?

Una mujer emprendedora es aquella que es capaz de ver una oportunidad de negocio, iniciar un proyecto y hacerlo perdurar en el tiempo, asumiendo los riesgos que esto

puede suponer y adaptándose a las circunstancias de cada momento. (Santander, 2022) Si bien cada mujer emprendedora tiene motivaciones diferentes, es posible establecer una serie de características comunes que las define. Algunas de ellas son las siguientes:

Espíritu emprendedor: El informe GEM, que hemos citado anteriormente, destaca la necesidad y la oportunidad como dos elementos fundamentales del espíritu emprendedor. En este sentido, por un lado, la falta de ofertas laborales impulsa a muchas mujeres a crear su propio negocio. Por el otro, es fundamental que toda persona emprendedora detecte oportunidades en el mercado, es decir, necesidades de consumidores que no están cubiertas y las aprovechen con la creación de una empresa. (Universidades Santander, 2022)

Asimismo, el informe también destaca que el espíritu empresarial de las mujeres es un pilar decisivo para el crecimiento económico inclusivo. De hecho, más del 50% de las mujeres de países en desarrollo ven el espíritu empresarial como una vía hacia un futuro mejor.

Formación: antes de emprender, resulta crucial tener conocimientos en ámbitos como la gestión empresarial, el marketing, las ventas, la fiscalidad o los recursos humanos.

Pasión: Sir Richard Branson, fundador de Virgin Group dijo que “el emprendimiento es hacer que aquello que te apasiona en la vida sea lo fundamental, de manera que puedas sacarle el máximo provecho y lo hagas evolucionar”. Y es que hay que sentir pasión por el negocio y así levantarse cada mañana con ilusión por trabajar en aquello que realmente te gusta.

Liderazgo: toda mujer emprendedora debe ser una buena líder con habilidades de comunicación, la capacidad de tomar decisiones y dar ejemplo a su equipo, además de

disponer de conocimientos del mercado. Como dice Simon Sinek: “el liderazgo no consiste en estar al mando, sino en cuidar de las personas a tu cargo”.

Empatía: la empatía se está convirtiendo en un rasgo fundamental para los líderes del futuro, dado que impulsa la productividad y la innovación. En base al informe International Business Report, elaborado por Grant Thornton Internacional, el 22% de los líderes mundiales del mercado medio citan a la empatía como lo más importante de 2021 en adelante. (Universidades Santander, 2022).

Proactividad y capacidad de adaptación al cambio: ante los cambios constantes que se están produciendo en la sociedad y, sobre todo, a causa de la pandemia de la covid-19, la proactividad y la capacidad de adaptarse a los cambios son habilidades esenciales en cualquier mujer emprendedora. Como bien señala Peter Drucker: “el emprendedor siempre busca el cambio, responde a este, y lo explota como una oportunidad”. (Universidades Santander, 2022)

Resiliencia: el informe de Deloitte La organización resiliente. Prosperar ante la incertidumbre destaca que las empresas que se anticiparon a la incertidumbre y desarrollaron la resiliencia estuvieron mejor preparadas para resistir a los efectos de la pandemia. Por tanto, saber adaptarse y ver oportunidades en momentos de crisis es una característica que debe desarrollar la mujer emprendedora (Universidades Santander, 2022)

2.9. Mujeres emprendedoras hispanas en el mundo

Estas mujeres, muchas de ellas latinoamericanas, se han destacado por sus cualidades de liderazgo con las que han enfrentado la incertidumbre y demás dificultades

relacionadas que surgen al ser un emprendedor. (Forero, 2019)

- Carolina Herrera
- Jimena Flores
- Lupita Iturriaga
- Nely Galan
- Rut Handler
- Linda Franco
- Mar Alarcon
- J.K. Rowling

Si estás buscando motivación para abrir tu propio negocio es fundamental que aprendas todo lo necesario para convertirte en un líder inspirador para tu equipo. Las historias de estas 8 mujeres emprendedoras demuestran que es posible crear un emprendimiento exitoso en cualquier sector a partir de una pasión o un problema. Recuerda que la clave del éxito reside en la planeación y la perseverancia, sin importar la edad o el lugar donde decidas comenzar tu negocio. (Forero, 2019)

Emprendedoras ecuatorianas al mundo

Que la mujer rompa el prototipo de ser responsable de las tareas del hogar, es producto de la lucha incansable por la igualdad social. Abrirse camino en una sociedad tradicionalista, no es nada fácil, pero tampoco imposible. Ejemplos de mujeres que decidieron emprender al éxito, son parte de nuestra realidad. Ahora, las emprendedoras ecuatorianas generan huellas y son protagonistas del sector productivo. Habrá muchos casos de triunfo, pero aquí les tenemos algunas experiencias positivas. (Primicias, 2023)

Conclusiones

La lucha por la igualdad de género ha sido una constante en la historia de la humanidad, y en el centro de esta lucha se

encuentran los deberes y derechos de la mujer. Estos dos conceptos están intrínsecamente vinculados, ya que los derechos otorgan a las mujeres la capacidad de cumplir sus deberes y responsabilidades de manera plena y sin obstáculos. Esta exploración profunda de los deberes y derechos de la mujer nos invita a cuestionar, redefinir y reafirmar los cimientos de la igualdad en una sociedad moderna y en constante evolución.

Los derechos fundamentales de la mujer son el pilar sobre el cual se construye su empoderamiento y autonomía.

Los deberes y responsabilidades de la mujer no deben interpretarse como una carga adicional, sino como la contribución vital que hacen a la sociedad en general. Estos deberes son intrínsecos a la condición humana y reflejan su capacidad de influir positivamente en la comunidad:

- Participación en la Sociedad: La mujer tiene el deber de participar activamente en la vida social, política y económica de su comunidad y país. Su voz y perspectiva son fundamentales para la toma de decisiones equitativas y representativas.
- Educación y Desarrollo Personal: La búsqueda de la educación y el desarrollo personal es un deber que beneficia a la mujer y a la sociedad en su conjunto. Una mujer educada puede influir en su familia y comunidad de manera poderosa.
- Cuidado y Educación de los Hijos: Si decide ser madre, la mujer tiene el deber de cuidar y educar a sus hijos. Esto implica no solo la responsabilidad física, sino también la formación de valores y actitudes que moldearán a las generaciones futuras.
- Promoción de la Igualdad: La mujer tiene el deber de promover la igualdad de género y luchar contra la discriminación y la violencia de género. Esto puede lograrse

a través de la educación, la sensibilización y la defensa de los derechos de las mujeres.

- **Contribución al Trabajo y la Economía:** La mujer tiene la responsabilidad de contribuir al trabajo y la economía de su comunidad y país. Esto puede ser a través del empleo remunerado, el emprendimiento o el trabajo en el hogar.

- **Participación en la Toma de Decisiones:** La mujer tiene la responsabilidad de involucrarse en la toma de decisiones que afectan su vida y la vida de los demás. Esto incluye la participación en la política, la comunidad y la familia.

A pesar de los avances en la promulgación de leyes y políticas que respaldan los derechos de la mujer, todavía enfrentamos desafíos persistentes en la implementación efectiva y el cambio de actitudes arraigadas. La discriminación de género, la violencia y la falta de representación en puestos de liderazgo son obstáculos que requieren un compromiso continuo para superarlos.

Sin embargo, en medio de estos desafíos también encontramos oportunidades para el cambio. La conciencia creciente sobre la importancia de la igualdad de género está llevando a un mayor compromiso por parte de gobiernos, organizaciones y la sociedad en general. La tecnología y la globalización también están abriendo nuevas puertas para la educación, la participación y la movilización de las mujeres.

La lucha por la igualdad de género es un viaje en constante evolución. Reconocer y respetar los derechos de la mujer es esencial para la construcción de una sociedad justa y equitativa. Al cumplir sus deberes y ejercer sus derechos, la mujer contribuye al florecimiento de comunidades más fuertes y cohesionadas. La igualdad de género no solo beneficia a las mujeres, sino que también enriquece a la

sociedad en su conjunto al permitir que todos alcancen su máximo potencial, independientemente de su género.

Referencias bibliográficas

- Etecé. (15 de julio de 2021). *igualdad de derechos*.
<https://concepto.de/igualdad-de-derechos/#ixzz854brfuXp>
- Aliende, J. M. (2 de junio de 2021). *Derecho a la vida*.
<https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/16956/14948>
- Alviz, M. P., Barbosa, J. R., & González, H. A. (2021). *Una aproximación al perfil del emprendimiento social femenino en Ibagué*. Sello Editorial Universal del Tolima.
<https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uleam/228344?page=102>
- Amnistía Internacional. (12 de febrero de 2022). *Amnistía Internacional*. Ecuador 2022:
<https://www.amnesty.org/es/location/americas/south-america/ecuador/report-ecuador/>
- Consejo de protección de derechos. (21 de abril de 2023). *Distrito Metropolitano de Quito*. Que derechos tengo características:
<https://proteccionderechosquito.gob.ec/grupos/informacion-basica-mujeres/#:~:text=Derecho%20a%20tomar%20decisiones%20libres,la%20intimidad%20personal%20y%20familiar>
- Cruz, M. C. (2020). LOS DERECHOS Y DEBERES EN EMERGENCIA. *Redalyc*, 5(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.47712/rd.2020.v5i2.89>

- Franzoni, J. M., & Calderón, A. F. (2021). ¿Deberes ampliados o derechos ampliados? Una década de conflictivas regulaciones estatales de paternidad en Chile, Costa Rica y Uruguay. *Scielo*, 41(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2021005000122>
- Marín, R. R. (2020). Mujeres, espacio público, participación política y derechos humanos:. *Dialnet*(39). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7461803>
- Morrillo, C. F. (2019). Derechos y deberes de los medios de comunicación en la promoción de la igualdad de género. *Redalyc*(18). <https://www.redalyc.org/pdf/6837/683772576018.pdf>
- PUCP. (10 de abril de 2021). *La importancia de cuidar la salud física y mental*. Portal Administrativo: <https://administrativo.pucp.edu.pe/noticias/la-importancia-de-cuidar-la-salud-fisica-y-mental/>
- Red, M. e. (22 de julio de 2020). Feministas alertan de la inclusión de contenidos acientíficos y contrarios a la coeducación en los protocolos educativos de las autonomías. *Mujeres en Red el periodico feminista*, págs. 1-7. <https://www.mujeresenred.net/spip.php?breve566>
- Secretaria de Derechos Humanos. (5 de diciembre de 2020). *Derecho a no ser maltratada ni asesinada*. PLAN NACIONAL PARA PREVENIR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES: <https://www.derechoshumanos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/Plan-Nacional-de->

Prevencion-y-Eradicacion-de-la-Violencia-contra-las-Mujeres-y-Nin%CC%83as.pdf

UNESCO. (29 de agosto de 2017). *¿Cuáles son los obstáculos?* <https://es.unesco.org/news/nuevo-informe-unesco-pone-relieve-desigualdades-genero-ensenanza-ciencias-tecnologia-ingenieria>

UNESCO. (3 de marzo de 2023). *Datos clave sobre el derecho de las niñas y las mujeres a la educación.* <https://www.unesco.org/es/articulos/datos-clave-sobre-el-derecho-de-las-ninas-y-las-mujeres-la-educacion>

Unidas, N. (6 de diciembre de 2018). *Las mujeres y la Declaración Universal de Derechos Humanos.* <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2018/12/las-mujeres-y-la-declaracion-universal-de-derechos-humanos/>

Unidas, O. d. (10 de enero de 2020). *ONU MUJERES. COVID-19: reconstruir la resiliencia:* https://www.unwomen.org/es/hq-complex-page/covid-19-rebuilding-for-resilience?gclid=CjwKCAjws7WkBhBFEiwAIi168-yDvpd7EcYoz0978QiQWkvAd76YanwoyfhazU6AldusRr3gpUnwrhoCdvMQAvD_BwE

Universidad Internacional de Valencia. (4 de febrero de 2022). *Liderazgo femenino: su importancia en la actualidad.* <https://www.universidadviu.com/co/actualidad/nuestros-expertos/liderazgo-femenino-su-importancia-en-la-actualidad>

Universidades Santander. (24 de febrero de 2022). *El liderazgo femenino y los beneficios de la igualdad.*

<https://www.becas-santander.com/es/blog/liderazgo-femenino.html>

Wetshokonda, J. C. (2017). LA MUJER INDÍGENA Y SU DERECHO A LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO. *Redalyc*, 20(40), 145-158. <https://doi.org/10.18359/prole.3046>

Yásnaya, E. A. (2020). Mujeres indígenas, fiesta y participación política. *DOSSIER*, 33-39. <https://arquitectas.mx/wp-content/uploads/2022/07/mujeres-indigenas-fiesta-y-participacion-politica.pdf>

CAPÍTULO 3

Emprendimiento y empoderamiento femenino:

Forjando caminos de éxito y equidad

La definición de emprendimiento implica convertir una idea nueva en una innovación exitosa utilizando habilidades, visión, creatividad, persistencia y exposición al riesgo.

En definitiva, un emprendimiento es cualquier actividad nueva que hace una persona, que puede tener como finalidad lograr ganancias económicas o no. El emprendimiento es llevado a cabo por los emprendedores.

Definición de emprendimiento

Para Borja et.al (2020) mencionan que el emprendimiento se refiere al proceso de crear o iniciar un negocio o proyecto con el objetivo de generar ingresos y rentabilidad económica. Este proceso puede involucrar innovación, creatividad, asunción de riesgos, identificación de oportunidades en el mercado y una serie de habilidades y recursos necesarios para llevar a cabo la idea.

Por otra parte, Arias et.al (2023) definen que el emprendimiento es un fenómeno que ha ganado popularidad en los últimos años y se ha convertido en una fuerza importante en la economía global. El emprendimiento también puede entenderse como una forma de estrategia personal de empleo y de creación de empleo. En este contexto, se habla de emprendedores, personas que tienen iniciativa, creatividad y capacidad para identificar oportunidades de negocio en un mercado y convertirlas en empresas rentables.

El emprendimiento puede ser de diferentes tipos, como el social, el empresarial, el innovador, entre otros. El

emprendimiento social se enfoca en la creación de empresas o proyectos cuyo fin es solucionar problemas sociales, mientras que el empresarial se enfoca en generar rentabilidad económica. Por otro lado, el emprendimiento innovador se enfoca en la creación de soluciones nuevas y diferentes a las existentes en el mercado.

Según Farhat et.al, (2021) indican que el emprendimiento comprende diferentes etapas, como la generación de ideas, la identificación de oportunidades, la formulación y evaluación del plan de negocio, la recolección de capital, la implementación y la gestión del proyecto. En la actualidad, se han desarrollado diferentes programas y herramientas para impulsar el emprendimiento y apoyar a los emprendedores en su proceso.

Importancia de emprender

Para Boza (2018) la importancia de emprender radica en el impulso y la capacidad de generar cambios, innovación y desarrollo económico. Emprender implica asumir riesgos y desafíos para crear y gestionar nuevos negocios o proyectos.

Por otra parte Pérez et.al (2019) indica que emprender fomenta la creación de empleo. Los emprendedores generan oportunidades laborales, contribuyendo así al crecimiento económico y a la reducción del desempleo. Además, el emprendimiento promueve la autonomía y la independencia económica, ya que permite a las personas ser sus propios jefes y tomar decisiones que afectan directamente sus resultados.

Mientras que para Pizarro (2021) el emprendimiento impulsa la innovación y el desarrollo tecnológico. Los emprendedores buscan soluciones creativas a problemas existentes, desarrollando productos y servicios que mejoran la calidad de vida de las personas. Esto conlleva avances en

diversos sectores, promoviendo el progreso social y económico.

Además, emprender fomenta la competencia y la diversificación económica. Los nuevos emprendimientos introducen nuevos productos, servicios y modelos de negocio, lo que aumenta la oferta y la variedad en el mercado. Esto beneficia a los consumidores, ya que tienen más opciones para elegir y mejores precios.

El emprendimiento social

Según (Guachimbosa, 2019), el emprendimiento es cualquier acción, iniciativa u oportunidad en la esfera socioeconómica de una nación orientado a satisfacer las necesidades de la colectividad, para garantizar el bien común en la población. En ese sentido, “constituye un factor importante para el mejoramiento de los niveles de competitividad y el crecimiento económico de un país, siendo el resultado de las decisiones de sus ciudadanos para tener la capacidad de percepción y aprovechamiento de las oportunidades” que se exhiben dentro del entorno en el cual se desenvuelven, colocando en marcha sus visiones de negocios.

De tal manera, que el emprendimiento viene a ser parte de la formación que ayuda a visualizar y desarrollar sus propias iniciativas, transformando sus ideas de insertarse en un mercado laboral, para dar paso al cambio de paradigma de emprender creando sus propios negocios que contribuyen al bienestar propio, de sus familias y el entorno social, colocando de manifiesto sus cualidades y los conocimientos adquiridos en su formación. Se refiere al conjunto de creencias, valores, cualidades, conocimientos y competencias necesarias, que posee una persona o grupo social, para iniciar y gestionar un determinado proyecto concreto o su rumbo profesional” por lo cual, la enseñanza

en emprendimiento se debe fundamentar en instruir acerca de las habilidades y competencias para la formación de esa cultura en los individuos. (Borrayo, 2019)

De este modo, se explica que los aspectos planteados llevan a reconocer, desde los criterios expuestos por (Pedraza, 2017), que el emprendedor social refleja el compromiso integral consigo mismo y su entorno, aportando desde sus competencias ideas creativas e innovadoras, que ayuden a resolver los problemas de las comunidades, de allí su capacidad de participación con las empresas para sustituir los esquemas tradicionales de gestión social por esquemas innovadores, bajo la premisa de cooperación integra. empresa - sociedad y viceversa.

Emprendimiento rural

Para Irina (2022), el emprendimiento es actualmente considerado como una herramienta para que los estados puedan impulsar el desarrollo tanto económico, social, productivo e incluso el cultural dentro de los territorios, sin embargo, pese a las bondades de esta tendencia existen aún desafíos considerables para que los aportes obtenidos sean realmente sostenibles e impactantes. Fortalecimiento del emprendimiento rural como una estrategia de desarrollo territorial: empoderando a las comunidades para su propio bien-vivir”, tiene como objetivo principal estudiar sobre de qué manera se debería abordar el emprendimiento, en especial en entornos rurales para que se pueda considerar una estrategia efectiva de desarrollo territorial; para ello se utilizó una metodología de revisión de literatura, de tipo descriptiva, fundamentada en la revisión de más de 50 publicaciones de alto impacto. La principal conclusión obtenida está asociada con que es importante incluir un enfoque de desarrollo humano integral y sostenible al proceso concepción del emprendimiento rural, en donde por supuesto, se involucre una estrategia más integradora,

es decir, cuando el individuo desde sus conocimientos y saberes se conecte a la posibilidad de crear una unidad productiva, siendo esta la base para la promoción de un desarrollo territorial.

Para María ((2020) el emprendimiento rural y el empoderamiento femenino han tomado gran importancia, específicamente como una de las formas de independizarse y de obtener empleos las mujeres, dando muestras de sus capacidades físicas e intelectuales, que las convierten en agentes de progreso y de cambio de las condiciones de desigualdad. El objetivo principal del presente documento es efectuar una revisión de literatura sistemática sobre el empoderamiento femenino en el emprendimiento rural, siguiendo una metodología de búsqueda de referentes bibliográficos contextualizados en temas de empoderamiento femenino, emprendimiento, género, participación y liderazgo femenino. Se encuentran diversos estudios centrados en analizar el emprendimiento femenino rural e indígena, la política pública con perspectiva de género, el empoderamiento femenino en las organizaciones y el desarrollo rural de las comunidades; las evidencias invitan a reflexionar sobre políticas de género y condiciones de derechos de las mujeres rurales, para disminuir la discriminación de la sociedad y estado.

(Óscar, 2021) emprendimientos del sector rural de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador, cuyo objetivo común es lograr una pronta y sostenida reactivación económica, al margen de cualquier programa o políticas que el Estado pueda establecer para beneficiar a los sectores productivo, comercial y turístico. La gran minga agropecuaria que fuera una propuesta a comienzos del presente gobierno ha sido una continuidad de lo que siempre han venido haciendo otros gobiernos sin mostrar beneficios extraordinarios dentro de la política

agropecuaria y el desarrollo rural. La revisión bibliográfica realizada permitió hilvanar una serie de estrategias, que al desarrollarse conjuntamente crean una sinergia importante para respaldar a los emprendimientos en sus procesos productivos y comerciales.

Emprendimiento inclusivo

(Angélica, 2018) el emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico, desde los negocios inclusivos. Lo que conduce, al concepto de “base de la pirámide”-BDP- respecto a la población según niveles de renta con potencial económico en emprendimientos para disminuir el índice de pobreza. Como argumento tejido en la relación existente entre emprendimiento social, desarrollo económico e inclusión social sitúa derechos y oportunidades e incorpora sostenibilidad a través de políticas públicas en el contexto del ofrecimiento de servicios y/o productos dirigidos a la población vulnerable, social y económicamente, diferente al emprendimiento de negocios con ánimo de lucro.

La investigación identifica el papel del emprendimiento en el posconflicto en la ciudad de Popayán, actualmente el conflicto armado ha pasado por una etapa de reconciliación y de acuerdos obteniendo beneficios económicos y sociales; consiguiendo atender problemas de desigualdad y marginalización de algunas regiones en posconflicto. Lograr la paz en Colombia luego de cinco décadas de conflicto armado es complicado; aún existen personas temerosas por la violencia vivida, sin embargo, se puede disminuir el desplazamiento y la vulnerabilidad de derechos obteniendo un sustento económico, y esto podrá devolver la confianza y hacer posible la paz. (Tatiana, 2019)

(Jorge, 2021) en el mundo, la población con discapacidad enfrenta un gran número de retos al intentar suplir sus necesidades básicas debido a que no es insertada

integralmente en el mercado laboral, principalmente cuando poseen una condición adversa significativa. Ante tal situación, el emprendimiento aparece como una alternativa y estrategia social que permite el autoempleo de dichos ciudadanos, mientras se aporta al crecimiento económico. El presente artículo tiene como objetivo analizar los estudios teóricos y empíricos sobre el emprendimiento como alternativa de inclusión laboral en las personas con discapacidad en Latinoamérica en los últimos 10 años (2010-2020).

Innovación Femenina

La innovación es primordial ante las modificaciones originadas por un mercado cada vez más globalizado. Para André, Abanades & Flamant, (2016) esta innovación aparte de incorporar la tecnología ayuda a pronosticar las necesidades de los mercados, así como a descubrir los nuevos bienes, servicios y procesos de elevada índole, creando nuevas prestaciones a un precio relativamente reducido. Es así como, se puede determinar el concepto de innovación, según Drucker (2004), como un instrumento que permite a los empresarios ser pioneros en sus entornos; sacar el máximo provecho al cambio y aprovechar las oportunidades que se presentan a los negocios diferentes, logrando así, aumentar su riqueza.

En este contexto, durante las últimas décadas se ha percibido como las mujeres han logrado avanzar en la dinámica de generar igualdad de género desde la innovación. Tal como lo expresan algunos trabajos como los de Paredes, Castillo & Saavedra, (2019) quienes sostienen que la mujer emprendedora posee capacidades que influyen en su emprendimiento como la experiencia laboral, gusto por las actividades y menor miedo al fracaso, (...) y generalmente emprenden a partir de diferentes

necesidades socioeconómicas como apoyar el ingreso familiar, mejorar su nivel de vida, entre otras.

Díaz & Echevarría, (2016) “las mujeres enfrentan desafíos particulares para abrirse paso en el ámbito de los negocios” (p. 55), es así como, han decidido adoptar el rol de mujeres empoderadas y responsables de su futuro y de su entorno, de sus decisiones y sus acciones, lo que ha generado un pensamiento crítico constructivo que brinda herramientas para exigir y discutir sobre los derechos colectivos que les pertenece.

Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento

Los principales hallazgos en estudios e investigaciones muestran que son más las mujeres que los hombres quienes inician un negocio por necesidad; generalmente las mujeres cuentan con un mayor nivel de estudios que los hombres, y la tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas tanto por hombres como por mujeres son similares, aunque el afán de supervivencia se nota similar entre ambos géneros. (Saavedra & Camarena, 2015). Las condiciones de desigualdad vienen despertando diversos intereses dado que, con más fuerza los individuos, cuando se enfrentan al emprendimiento conciben un espíritu de emoción y apasionamiento con el afán de salir adelante y demostrarse que con esfuerzo se pueden lograr metas personales y profesionales; cuando una mujer emprende, es sinónimo de tenacidad y empeño en lograr alcanzar su propósito a pesar de los roles de género asignados por la cultura patriarcal

Lo que implica que el emprendimiento femenino se integre con la innovación basados como lo afirman Zeb & Ihsan, (2020) en el empoderamiento como un sentimiento de seguridad y supervivencia personal activa en la economía, cruciales para el crecimiento y desarrollo de los países.

Planteada por Ruoslahti, (2020), como la reinención de sus ideas y creaciones mismas; es decir, la mujer también cuenta con capacidades de conocimiento y competencias invaluable que le permiten identificar oportunidades de mejoras y cambios positivos que añaden valor a sus emprendimientos, que combinados con el empoderamiento surgen como un motor necesario para una sociedad, y un país en general.

La educación en el emprendimiento

La educación es un factor relevante e influyente en el ecosistema emprendedor desde el espacio universitario, en razón que los estudiantes son proactivos para la formulación de políticas para crear empresarios con grandes potencialidades, (Gupta, 2022).

La educación empresarial genera impacto en el propósito empresarial y promueve el desarrollo económico, ante ello diversos países promueven políticas y medidas para afianzar la educación empresarial; en ese sentido, se debe entender el espíritu empresarial con sentido amplio que permita la creación del valor en la sociedad, (Jim Wu et al., 2021).

Los programas y cursos sobre temas de emprendimiento los dirigen instructores quienes no interactúan con los alumnos, es primordial aprender sobre las experiencias, por lo que se debe mostrar enfoques innovadores en la educación, debido a que los aprendizajes empresariales en las universidades públicas son comunes, se recomienda crear estudios basados en entrevistas a los egresados y consultores, según (Sofian et al, 2022).

El emprendimiento potencial tiene efecto positivo sobre el emprendimiento efectivo en el proceso educativo en donde están inmersos los adolescentes a las que se suma el ambiente familiar, por lo tanto, los

factores personales y habilidades son una capacidad para el emprendimiento para los adolescentes, (Campo-Terner et al., 2022).

Emprendimiento oportunista

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indica que, el Ecuador es el país latinoamericano Con el mayor índice de creación de negocios de la región. El emprendimiento en Ecuador está mayormente orientado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Se lleva cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades. (Zamora, 2018)

Se destaca que, cada uno de estos emprendimientos ha generado posicionamiento en el mercado Actual por la gran demanda que se está presentando a través de “los consumidores que requieren Inmediatez, automatización y transparencia por parte de las empresas, por lo que todo nuevo emprendimiento debe incorporar tecnología y sumarse a la ola digital para tener posibilidades de supervivencia” (Valles, 2019).

Al respecto Content (2020) enfatiza que el emprendedor oportunista aprovecha las oportunidades para convertirlas en resolución problemas y de esa forma el liderazgo directivo debe emplear estrategias y espacios donde el servicio educativo promueva el emprendimiento generando oportunidades.

Emprendimiento innovador

Los proyectos de emprendimiento innovador que han surgido en los últimos años han sido de diversa índole, aportando con avances en hardware, software, nuevos servicios digitales, redes de comunicación y nuevos

métodos en los procesos de producción, como lo menciona Terán (2018), las aportaciones que han surgido por emprendimiento innovador están relacionadas con avances tecnológicos que logran acortar distancias, disminuir brechas culturales y también mejorar economías y comercios. Los emprendedores han aprovechado el fácil acceso a nuevas herramientas digitales para potenciar los negocios y llegar a nuevos clientes, que pasan de ser locales, a nacionales e incluso muchas veces, internacionales.

Adicionalmente, la vinculación del emprendimiento con la innovación permite hacer un frente común contra los obstáculos que pueden entorpecer su desarrollo, como pueden ser el contexto político, institucional y social, la falta de políticas gubernamentales apropiadas, las dificultades para recibir apoyo financiero, los niveles de educación para el emprendimiento, las normas sociales y culturales, la existencia de un marco jurídico inapropiado para canalizar, regular y proteger a las personas e instituciones involucradas en los procesos de emprendimiento e innovación, así como la existencia de “pocos incentivos gubernamentales, y al exceso de burocracia” (Amaya, 2019, p.6).

Además, la innovación se basa en un proceso de aprendizaje que se sustenta en múltiples entradas y requiere una resolución continua de problemas (OECD/Eurostat, 2018, p. 45). “El emprendimiento innovador es más probable que ocurra con algunas fuentes de oportunidades que con otras: las oportunidades basadas en el conocimiento, la tecnología o la investigación son antecedentes sólidos del emprendimiento innovador”.

En la encrucijada entre el emprendimiento y el empoderamiento femenino se erige un puente hacia un futuro de oportunidades igualitarias y transformación social. Este vínculo poderoso trasciende las barreras de

género y se convierte en un faro que ilumina el camino hacia una sociedad más justa y equitativa. En esta exploración profunda, examinamos cómo el emprendimiento se convierte en una herramienta crucial para empoderar a las mujeres, y cómo el empoderamiento femenino enriquece y redefine la esencia misma del emprendimiento.

Conclusiones

El emprendimiento femenino ha cobrado fuerza como un motor de cambio en la lucha por la igualdad de género. Las mujeres emprendedoras desafían los estereotipos de género arraigados en los roles tradicionales y se abren camino en industrias antes dominadas por hombres. Desde la tecnología hasta la sostenibilidad, las mujeres están demostrando su destreza y creatividad en una variedad de campos, aportando perspectivas frescas y soluciones innovadoras.

El emprendimiento proporciona una plataforma a través de la cual las mujeres pueden acceder a un mayor grado de autonomía y control sobre sus vidas. Al establecer y dirigir sus propios negocios, las mujeres pueden influir en la toma de decisiones, construir su autoestima y contribuir al desarrollo económico. El empoderamiento femenino a través del emprendimiento se traduce en:

1.- Independencia Económica: El emprendimiento brinda a las mujeres la oportunidad de generar sus propios ingresos y romper con la dependencia financiera. Esto les otorga una mayor libertad para tomar decisiones y perseguir sus metas personales y profesionales.

2.- Confianza y Habilidades: El proceso emprendedor exige la adquisición de diversas habilidades, desde la gestión financiera hasta la toma de decisiones estratégicas. A medida que las mujeres adquieren estas habilidades,

también construyen su confianza y capacidad para enfrentar desafíos.

3.- Redes de Apoyo: El emprendimiento brinda la oportunidad de establecer conexiones y redes de apoyo con otros emprendedores y profesionales. Estas redes pueden ser una fuente de conocimiento, mentoría y colaboración valiosos.

4.- Cambiar las Normas Sociales: A medida que las mujeres se destacan como emprendedoras exitosas, desafían las normas sociales que limitan su participación en roles de liderazgo y toma de decisiones.

Aunque el emprendimiento femenino ha avanzado significativamente, aún enfrenta desafíos arraigados en estructuras de género y desigualdades históricas:

1.- Acceso a Financiamiento: Las mujeres emprendedoras a menudo enfrentan dificultades para acceder a financiamiento, ya que los inversores pueden tener prejuicios de género. Esto limita sus oportunidades de crecimiento y expansión.

2.- Desequilibrio en la Carga de Trabajo: Las mujeres, especialmente aquellas que también son madres, enfrentan el desafío de equilibrar las responsabilidades familiares con las demandas del emprendimiento.

3.- Falta de Modelos a Seguir: La falta de modelos a seguir femeninos en el mundo empresarial puede afectar la confianza de las mujeres en sus habilidades y posibilidades de éxito.

4.- Estereotipos y Discriminación: Los estereotipos de género y la discriminación persistente pueden limitar las oportunidades para las mujeres emprendedoras y socavar su confianza en sus propias capacidades.

El camino hacia un futuro donde el emprendimiento y el empoderamiento femenino convergen y florecen exige una colaboración continua entre gobiernos, organizaciones y la sociedad en general:

1.- Educación y Capacitación: Brindar educación y capacitación específicas para mujeres emprendedoras puede ayudar a cerrar la brecha de habilidades y mejorar sus posibilidades de éxito.

2.- Acceso al Financiamiento: Crear programas y recursos que faciliten el acceso al financiamiento para mujeres emprendedoras es esencial para estimular su crecimiento y expansión.

3.- Mentoría y Redes de Apoyo: Establecer redes de mentoría y apoyo puede ayudar a las mujeres a superar obstáculos y aprender de la experiencia de otras emprendedoras exitosas.

4.- Cambio Cultural y Sensibilización: Promover la igualdad de género en la cultura empresarial y desafiar los estereotipos de género es esencial para crear un entorno inclusivo y equitativo.

El entrelazamiento del emprendimiento y el empoderamiento femenino es un camino de posibilidades infinitas. A medida que las mujeres se levantan como emprendedoras empoderadas, están forjando un futuro donde el género ya no es una barrera para el éxito y la contribución significativa. Al empoderar a las mujeres a través del emprendimiento, estamos creando un ecosistema en el que todos se benefician: individuos, comunidades y la sociedad en su conjunto. En última instancia, este vínculo se convierte en un testimonio poderoso de la resiliencia y la determinación humanas en la búsqueda de un mundo más equitativo y próspero.

Referencias bibliográficas

- Angélica, H. (2018).
- Arias, A. V., Calle, J. E., & Botero, D. A. (2023). Intención emprendedora en jóvenes universitarios. *Scielo*, 14(39).
doi:<https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2023.39.1528>
- Borja, A. H., Carvajal, H. R., & A, H. V. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. 41(24).
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Borrayo, V. y. (2019).
- Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. 39(7).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>
- Farhat, S. D., Auxiliadora, V. V., & Ramírez, N. A. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Radalyc*, 26(93).
<https://www.redalyc.org/journal/290/29066223022/>
- Pérez, L., Parada, D., & Pérez, J. (2019). EMPRENDIMIENTO Y RESILIENCIA: MITOS Y REALIDADES REFERENTE: ENTIDAD NO GUBERNAMENTAL EN EL ÁREA DEL EMPRENDIMIENTO. *Redalyc*, 3(9).
<https://www.redalyc.org/journal/6219/621964639004/>
- Pizarro, S. A. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento. Impulsores claves de

la intención emprendedora. *Scielo*, 12(2), 63-81.
doi:<https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091>

scielo. (s.f.). Obtenido de
http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2076-054X2021000100069&script=sci_arttext

CAPÍTULO 4

Administración del dinero en el hogar: Cimentando un futuro financiero sólido

Definición de administración

Pazmiño et.al. (2020) menciona que los orígenes de la administración y su constante progreso, está en comunicación con el impulso tecnológico, científico e industrial alcanzado por el hombre, ya que la administración es una disciplina que se aplica a cualquier tipo de organización, ya sea pública o privada, con fines de lucro o sin fines de lucro, la cual implica la toma de decisiones, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y el liderazgo.

Mero (2018), nos indica que fue desarrollado por Henri Fayol en el año 1916, constituyéndose en un prototipo del proceso administrativo y de las áreas utilizables; aunque actualmente se discuta si la administración es una ciencia o, es arte, desde una perspectiva donde prevalece la funcionabilidad se testifica que la función básica de la administración es la de elegir objetivos apropiados y dirigir a la organización hacia su logro; por tanto implica delimitar la administración como un proceso que, como tal, requiere de la ejecución de una serie de funciones. Por otra parte, Fayol también destacó la importancia de la autoridad, la responsabilidad y la disciplina en la administración, su enfoque se centró en la estructura organizacional y los procesos formales de la administración.

La administración es la gestión efectiva y eficiente de los recursos para lograr objetivos y metas específicas de una organización. “El proceso administrativo tiene fases de planeación, organización, dirección y control aplicables a la

producción de bienes (productos) y la prestación de servicios” (Larrarte, 2018, p. 10).

Entonces se puede definir que la administración es un proceso clave en cualquier organización, ya que se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos disponibles para alcanzar los objetivos y metas de la empresa. Se trata de una disciplina esencial para el éxito de cualquier empresa, ya que permite maximizar la eficiencia y la productividad de la organización. La administración también se enfoca en la toma de decisiones, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y el liderazgo, lo que la convierte en una función crítica en cualquier empresa. En resumen, la administración es el arte y la ciencia de dirigir una organización hacia el éxito, ya que, es un proceso que abarca diferentes áreas, como la planificación, organización, dirección y control, y que involucra la toma de decisiones, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y el liderazgo.

Definición del Dinero

Un viaje histórico a través de los orígenes del dinero indica que el dinero es ante todo una relación social. Más concretamente, se trata de una relación de poder crédito-deuda, en virtud de la cual la parte endeudada emite un pasivo que el acreedor mantiene como activo. Detrás de esta relación social se encuentran diversas relaciones de poder social que codifican el comportamiento humano en el contexto histórico específico y las normas culturales y religiosas que rigen el proceso de provisión social. (Tcherneva y Hidalgo, 2021)

Según Rodríguez J. d., (2018) el dinero no es más que un signo de confianza en un símbolo que representa y resume aquella aportación de riqueza y de trabajo que cada persona realiza dentro de su comunidad social, se trata entonces de

una categoría normativamente concebida de aceptación universal, capaz de contener en si un poder patrimonial abstracto y que su presencia indica que el mismo no es optativo, sino obligatorio.

Por otro lado, Hernández, (2018) manifiesta que el dinero facilita los intercambios de bienes y permite la remuneración del esfuerzo laboral y de las inversiones. Si, además de dinero, hay un sistema financiero desarrollado, las posibilidades de gestión de las actividades económicas personales y empresariales se amplían considerablemente.

Importancia de la administración del dinero en el hogar

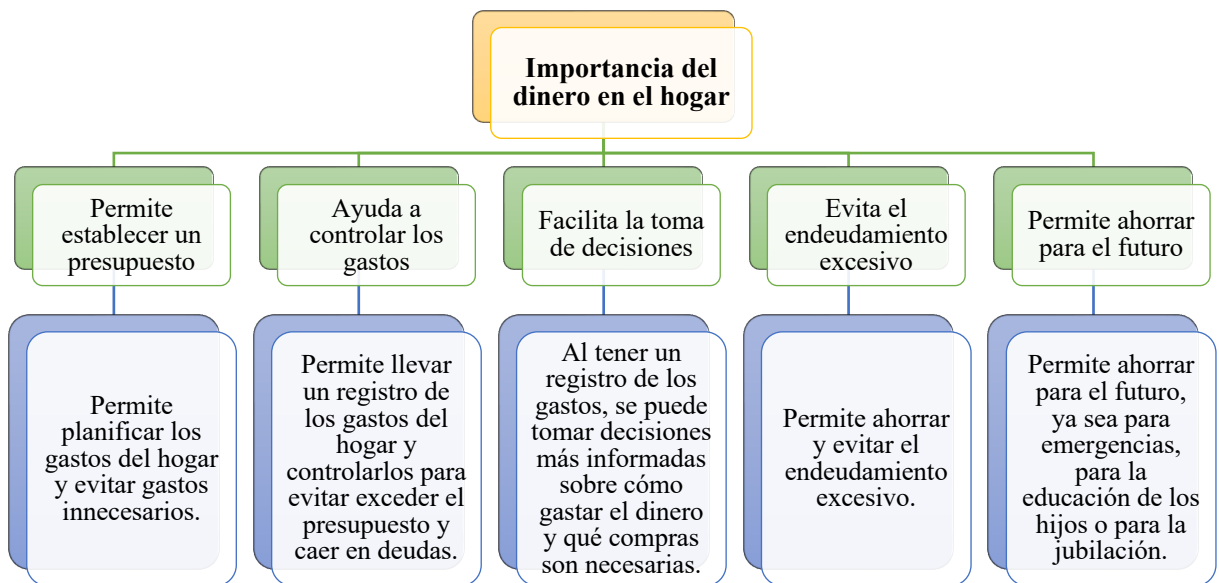
“Es un conjunto de conocimientos y herramientas prácticas que permiten a la persona que cuenta con ellas saber cuáles son sus posibilidades para gestionar su dinero de la mejor forma posible” (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020)

Basados en la OIT se puede definir que la administración del dinero en el hogar es muy importante porque permite a las familias planificar y controlar sus gastos, ahorrar para el futuro y evitar el endeudamiento excesivo. Algunas de las razones por las que es importante la administración del dinero en el hogar son:

- Permite establecer un presupuesto: A través de la administración del dinero se puede establecer un presupuesto que permita planificar los gastos del hogar y evitar gastos innecesarios.
- Ayuda a controlar los gastos: La administración del dinero permite llevar un registro de los gastos del hogar y controlarlos para evitar exceder el presupuesto y caer en deudas.

- Facilita la toma de decisiones: Al tener un registro de los gastos, se puede tomar decisiones más informadas sobre cómo gastar el dinero y qué compras son necesarias.
- Evita el endeudamiento excesivo: Una buena administración del dinero permite ahorrar y evitar el endeudamiento excesivo.
- Permite ahorrar para el futuro: La administración del dinero en el hogar permite ahorrar para el futuro, ya sea para emergencias, para la educación de los hijos o para la jubilación.

Figura 4. Importancia del dinero en el hogar



Nota. Adaptado de Manual del estudiante Economía familiar, Herramientas para decidir mejor, por Organización Internacional del Trabajo 2020, OIT.

Por otro lado, Pérez (2018) menciona que la importancia de una planeación financiera y administrativa permite a las

personas organizarse y planificarse a futuro, realizando proyecciones que les permita tomar decisiones pertinentes en el presente, evitando de esta forma el desperdicio de los recursos con los que se cuenta en dicho momento. Sin embargo, Martínez (2020) indica que la administración del dinero en el hogar es importante ya que un administrador es quien controla, ejecuta, maneja, analiza, comunica, vincula, planifica, lidera, negocia, motiva y toma decisiones, entre muchas otras actividades, las cuales permiten tener una idea más clara al tomar decisiones sobre qué hacer con el dinero que se tiene.

En resumen, la administración del dinero en el hogar es fundamental para mantener la estabilidad financiera y evitar problemas económicos.

Ingresos en el hogar

Según Molina et al., (2018) los ingresos en el hogar son cualquier cantidad de dinero, bienes o servicios que ingresan al hogar y aumentan la capacidad de compra de los integrantes de este. Estos ingresos pueden clasificarse en diferentes tipos, dependiendo de su origen y naturaleza.

Figura 5. Ingresos en el hogar

Ingresos de negocios	Ingresos de inversión	Ingresos de propiedad	Ingresos de transferencia
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos generados por el negocio propio que tenga uno o más integrantes del hogar • Pueden ser regulares o irregulares dependiendo del tipo de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proviene de inversión en activos financieros (bonos, fondos mutuos, depósitos a plazos.) • Pueden ser en dividendos, intereses, ganancias de capital entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos provenientes de bienes raíces, (renta de alquiler, ganancia de venta de propiedades inmobiliarias.) • Pueden ser por la propiedad de objetos de valor, como joyas, obras de arte y otros bienes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incluyen programas de transferencias de gobierno, como subsidios, becas, pensiones, seguridad social, ayudas sociales entre otros.

Nota. Adaptado de “La disminución de la participación del trabajo en el ingreso en México”, por Ibarra, C. A., y Ros, J. 2019, Redalyc, 86(344).

Los autores Ibarra y Ros, (2019) coinciden en que los ingresos por trabajo provienen del trabajo remunerado de los miembros del hogar. Pueden ser ingresos de sueldos, salarios, comisiones, propinas, bonos y otros pagos por servicios prestados. A continuación, se presentan los tipos de ingresos más comunes en el hogar:

- Ingresos de negocios: Son los ingresos generados por el negocio propio que tenga uno o más integrantes del hogar. Estos ingresos pueden ser regulares o irregulares, dependiendo del tipo de negocio que tengan.
- Ingresos de inversión: Estos ingresos provienen de la inversión en activos financieros, como acciones,

bonos, fondos mutuos, depósitos a plazo, entre otros. Estos ingresos pueden ser en forma de dividendos, intereses, ganancias de capital y otros rendimientos financieros.

- Ingresos de propiedades: Se refieren a los ingresos provenientes de la propiedad de bienes raíces, como rentas de alquiler y ganancias de venta de propiedades inmobiliarias. También pueden ser ingresos por la propiedad de objetos de valor, como joyas, obras de arte y otros bienes.
- Ingresos de transferencia: Estos ingresos incluyen los programas de transferencia de gobierno, como los subsidios, becas, pensiones, seguridad social, ayudas sociales y otros programas similares.

Mientras que Martínez et al., (2018) indican que es importante tener en cuenta que los ingresos pueden ser directos o indirectos, regulares o irregulares, y de diferentes fuentes específicas. Además, el monto de los ingresos y su distribución dentro del hogar pueden afectar directamente la calidad de vida de los integrantes del hogar. Por esta razón, es esencial tener conocimiento de los diferentes tipos de ingresos en el hogar para poder gestionarlos adecuadamente y mantener un equilibrio financiero.

Gastos en el hogar

Según Aibar (2017), define a los gastos como todas las salidas de dinero, que se producen durante el periodo que abarca el presupuesto que realiza cualquier miembro de la unidad familiar.

López (2017), deduce que los gastos son mucho más numerosos que los ingresos en cuanto a cantidad y mucho más variados en cuanto a su naturaleza, pero, a través del presupuesto lo que conseguiremos comparar es si el importe total de los mismos es igual, mayor o inferior al de los ingresos.

Gastos fijos obligatorios

Son aquellos gastos necesarios que se repiten periódicamente, por lo que se sabe con antelación cuándo hay que pagarlos y qué cantidades se deben abonar. En esta categoría se encuentran los gastos de vivienda, educación, seguros, impuestos y préstamos, entre otros. Estos pagos no suelen admitir demora y pueden conllevar penalizaciones en caso de retraso, lo que supondría un incremento de la deuda. (BBVA S.A., 2023)

De acuerdo con Aibar, (2017) estos gastos son imprescindibles para mantener el bienestar y la seguridad de la unidad familiar. Estos son innegociables e inmodificables, son prioritarios y no se pueden diferir.

A su vez López, (2017) indica que, estos gastos son obligatorios pagarlos y son difícilmente negociables, por lo que, en caso de tener que actuar en nuestro presupuesto, estos no podremos modificarlos, o su modificación será realmente complicada. Aquí situaremos los gastos tales como la hipoteca, el alquiler, de la casa, los gastos de comunidad, y otros préstamos bancarios que podamos tener. Estos son los gastos que hay que atender en primer lugar, y no demorar en ningún caso ya que pueden tener consecuencias fatales para la vida familiar. El impago de la hipoteca puede desencadenar la pérdida de la vivienda, y sin llegar tan lejos, el atraso en el pago de las cuotas provoca intereses de demora, inclusión en listas de morosos, debilitamiento de la situación financiera para renegociar condiciones con el banco.

Gastos importantes controlables

López (2017), nos indica que los gastos controlables son aquellos que responden a la suplencia de las necesidades básicas, pero son susceptibles de modificar haciendo

cambios en los hábitos de consumo, negociando con proveedores u optimizando los recursos.

Por otra parte, Aibar (2017) expresa que los gastos importantes controlables van a ser todos aquellos gastos que la unidad familiar necesita para desarrollar su vida diaria con normalidad, y que están en función del consumo realizado, en los cuales no se puede influir, como son el valor fijo de la tv por cable para el cual, si bien, se puede cambiar de empresa, la erogación siempre será fija se use o no se use, al igual que las cuotas de manejo de las tarjetas de crédito o la renta de la vivienda.

De acuerdo con, Gómez et al., (2019) aclara que todos estos gastos son necesarios para atender las necesidades familiares básicas, pero son susceptibles de ajuste, modificando hábitos de consumo, negociando con el proveedor, o realizando un consumo más eficiente de los recursos. Aquí vamos a encontrar gastos como electricidad, alimentación, transporte, teléfono fijo, móvil, Internet, artículos de limpieza, agua. Una vez plasmados estos gastos en el presupuesto podremos valorar su verdadera dimensión, resolver su idoneidad, y actuar sobre ellos, en caso de que sea necesario realizar un ajuste presupuestario.

Gastos hormiga

Los gastos hormiga son pequeños gastos que se hacen generalmente todos los días, por ser cantidades pequeñas de dinero no se les da verdaderamente la importancia que tienen. Para tener unas finanzas saludables, se deben tener bajo control. (Sora, 2020)

Según Iturriaga y Sierra, (2020) indican que se originan cuando todo lo que tenías planeado no sucede a tiempo o no se consolida porque se salieron de tu presupuesto, estos gastos hormiga ocurren cuando la mayoría de las personas salen de sus hogares sin tener la menor idea de cuánto

dinero llevan, por ende, si no sabes con cuánto saliste, mucho menos sabes cómo lo vas gastando por eso es que incurrimos en los gastos hormiga.

Sin embargo, Camarero, (2023) menciona que estas características son comunes a determinados tipos de gastos que tenemos muy asumidos y que son verdaderas hormigas. Existen otras acciones hormigas como comer o cenar fuera de casa de forma recurrente. Pero también existen otros gastos que no puedan parecer hormiga y que, si lo son y se analizan determinadamente y se llega a la conclusión que son innecesarios.

Por lo tanto, los gastos hormigas no son un problema importante al principio, pero estos gastos consolidados podrían generar una deuda excesiva. Aprender a identificarlos ahora es crucial para prevenir futuras dificultades financieras, ya que pueden ser menores y no tener impacto en la situación económica. Una vez que haya identificado los gastos innecesarios, es importante controlar regularmente sus hábitos de gasto y estados financieros para determinar si se compromete a cambiar o incurre en otros gastos innecesarios.

Estrategias para administrar el dinero de manera eficiente en el hogar

De acuerdo con Rojas, (2018) las estrategias para administrar el dinero en el hogar son las siguientes:

- Planear: es identificar ingresos y gastos que se aproximan, bien sean de corto plazo, tales como las primas laborales o los regalos navideños, o de largo plazo, como la jubilación, y establecer un plan financiero para estos sucesos.
- Asegurarse: es buscar los mecanismos que ayuden a minimizar los impactos económicos de situaciones

fortuitas como terremotos, accidentes de tránsito o enfermedades.

- Endeudarse menos: la amortización de créditos no debería representar una gran porción de los ingresos, ya que se corre el riesgo de acceder a nuevos préstamos con el fin de cubrir necesidades básicas como alimentación.
- Pagar a tiempo: acudiendo a la etimología de la palabra crédito, que deriva de creer, el crédito es la opinión que se tiene de una persona o empresa en cuanto a que cumplirá puntualmente los compromisos económicos. Tener crédito significa poseer las características o cualidades requeridas para que otros confíen en una persona o institución y otorguen su confianza.
- Ahorrar: el ahorro es aquella parte de la renta que no es gastada en bienes y servicios que forman parte del consumo corriente. Ahorrar cumple con dos funciones principales: permitir realizar inversiones que rindan como fruto intereses y mantener un fondo ante eventualidades diversas. En otras palabras, el ahorro es sacrificar el consumo de hoy por consumo de mañana, así que también se ahorra con el fin de alcanzar una meta, hablando en términos de consumo, sin recurrir a dinero de terceros.

Según Rodríguez, (2017) afirma las siguientes estrategias para administrar el dinero de manera eficiente en el hogar:

- Presupuesto: un presupuesto es una herramienta fundamental para el manejo de tus finanzas personales. Consiste en un plan de gastos e ingresos que te ayuda a controlar tus gastos y a ahorrar dinero. Es importante que conozcas tus ingresos y gastos fijos y variables, para que puedas crear un presupuesto realista y que puedas cumplir.

- Ahorro: el ahorro es fundamental para lograr tus metas financieras a largo plazo, como, por ejemplo, comprar una casa, pagar la educación de tus hijos o tener un fondo de emergencia. Es importante que sepas cuánto dinero puedes ahorrar cada mes y que establezcas un objetivo de ahorro.
- Deudas: las deudas son una realidad para la mayoría de las personas, pero es importante que aprendas a manejarlas de forma adecuada. Asegúrate de pagar tus deudas a tiempo para evitar intereses y cargos adicionales. También es importante que evites endeudarte en exceso y que mantengas un control sobre tus deudas.
- Inversión: la inversión es una forma de hacer crecer tu dinero a largo plazo. Existen diferentes tipos de inversión, como acciones, bonos, fondos mutuos, bienes raíces, entre otros. Es importante que conozcas los diferentes tipos de inversión y que elijas la opción que más se adapte a tus objetivos financieros.
- Protección financiera: también es importante que protejas tus finanzas personales ante situaciones imprevistas, como enfermedades, accidentes, desempleo, entre otros. Puedes considerar opciones como seguros de salud, seguros de vida, fondos de emergencia, entre otros.

Por otro lado, Gutiérrez, (2020) menciona que las estrategias que servirán para administrar las finanzas en el hogar son las siguientes:

- Elaborar un presupuesto: Es importante que tenga claro todas las entradas de efectivo que percibe contra los gastos (salidas de efectivo), ya que si tiene más gastos que entradas de efectivo necesita realizar un plan de acción. Puede encontrar más detalles más adelante en este apartado.

- Ahorrar: Es fundamental este consejo, ya que le servirá para emprender un negocio o invertir. Se recomienda que el ahorro mensual sea de 10% a 15% de su sueldo neto. Una vez que ha definido el monto a ahorrar, destine ese porcentaje de su sueldo mensual o un importe fijo, esto es simple organización, en el mes no lo sentirá, pero en uno, dos o más años, tendrá una cantidad considerable de ahorro que le permitirá emprender un negocio, comprar un coche, un departamento o ahorrarlo para alguna emergencia o cualquier imprevisto.
- Gastar de manera inteligente: Piense dos veces antes de gastar, es decir, realice estas preguntas, ¿es necesario comprar ahora?, ¿es el mejor precio?, ¿será útil?, etc. Lo más importante: no haga compras sin pensar. Parece muy sencillo, pero gastar de una manera inteligente requiere de mucha organización, pero la clave es muy fácil. No puede gastar lo que no tiene. Es por eso que se ha mencionado que tener una buena salud financiera no es solo de la gente rica, sino de saber ser organizados.
- Analizar su capacidad de endeudamiento: Antes de contraer una deuda o un compromiso, revise sus entradas de efectivo, gastos y ahorros para revisar si puede endeudarse, contando los intereses que pagará. Si las entradas de efectivo son menores a las deudas / gastos, usted no tendrá para cumplir los compromisos adquiridos, ¿cómo puede hacerle para que esto no pase?
 - No gaste lo que no tiene.
 - Haga compromisos que pueda cumplir.
 - Si no le alcanza o está muy justo, no se endeude. No hay nada mejor que vivir con sus gastos controlados y no vivir al día.

- Independientemente que con el paso del tiempo tenga un mayor ingreso, solo compre lo que necesite.

Tabla 3. *Estrategias para administrar el dinero en el hogar*

Nota. Esta tabla muestra la comparación entre las

Rojas (2018)	Rodríguez (2017)	Gutiérrez (2020)
1. Educarse financieramente para empoderarse y entender el sistema financiero.	1. Presupuesto para planificar los gastos e ingresos.	1. Elaborar un presupuesto y tener claras las entradas y salidas de efectivo.
2. Presupuestar y así planear gastos ocasionales.	2. Establecer objetivos de ahorros.	2. Ahorrar para emprender o invertir.
3. Planear e identificar ingresos y gastos futuros, estableciendo un plan financiero.	3. Evitar deudas y mantener un control sobre ellas.	3. Gastar de manera inteligente: Pensar si es conveniente el gasto o es innecesario hacerlo.
4. Asegurarse para minimizar impactos económicos de situaciones fortuitas.	4. Inversión para hacer crecer el dinero a largo plazo	4. Analizar su capacidad de endeudamiento y no gastar dinero que no tiene.
5. Endeudarse menos y disminuir créditos.	5. Protección financiera	5. Realizar un plan de sus finanzas a mediano y largo plazo.
6. Pagar a tiempo, sin generar intereses mayores.		
7. Ahorrar y realizar inversiones.		

estrategias para administrar el dinero en el hogar según los diferentes autores.

Realizar un plan de sus finanzas a mediano y largo plazo: Adicional al presupuesto mensual, debe realizar uno por un mediano y largo plazo, ya que verá qué tan factible es

emprender un negocio o comprar un bien. Esta estrategia es importante para que lleve sus finanzas no solo al corto plazo (máximo un año), sino que su plan de finanzas sea a un mediano (entre uno y tres años) y largo plazo (más de cinco años), para que pueda cumplir sus metas y proyectos.

Educación financiera

De acuerdo con Flores, (2018) manifiesta que la educación financiera es un conjunto de herramientas que representa las habilidades, conocimientos y prácticas que llevamos día a día para lograr una correcta administración de lo que ganamos y gastamos, así como un adecuado manejo de los productos financieros para tener una mejor calidad de vida y bienestar personal o familiar.

Según Rivas y Parra (2017), la educación financiera radica en que beneficia a los individuos en todas las etapas de su vida, a los niños, haciéndoles comprender el valor del dinero y del ahorro; a los jóvenes, preparándolos para una ciudadanía responsable y a los adultos, ayudándoles a planificar decisiones financieras cruciales.

La educación Financiera se constituye en el mayor pilar de incentivo, como una de las estrategias que aporta a la cultura del emprendimiento, ya que los conocimientos adquiridos contribuyen al desarrollo de las competencias necesarias para la planeación, administración y toma de decisiones en su entorno económico y financiero. (Apolinar y Sacristan, 2017)

Factores que afectan a la administración del dinero en el hogar

Existen hogares que llevan bastante bien las dificultades económicas y otras que realmente no las soportan pues sobre esta realidad de dinero apoyan y descargan otro montón de deseos y esperanzas.

De acuerdo con Trivelli, Montenegro, & Gutiérrez (2017), muchas veces la responsabilidad económica recae en un solo miembro de la familia, puede ser la madre, el padre, el hijo mayor que trabaja, etc. Y empieza una demanda irracional contra esta persona, sin considerar sus propias necesidades personales y sin pensar en el esfuerzo diario que hace por los demás. Los otros se colocan en una posición demandante sin aportar en nada a la economía familiar. Una de las principales funciones de las familias es asegurar el bienestar de sus miembros, por medio de la provisión de recursos, materiales o inmateriales, como educación, alimentación, vestido, etcétera.

Según Padua (2019), la falta de dinero lleva a una familia a desarrollar problemas que antes no existían, pero éstos aparecen cuando el poder adquisitivo se reduce de forma notable. Obviamente es un problema que tiene solución, pero esto no será posible sin una estrategia previsoras para que el problema no sea una catástrofe.

Los inconvenientes económicos son la primera excusa para discutir, ya que el ser humano necesita descargar toda la tensión que esto le provoca; hoy en día el mundo se mueve por el dinero, por lo que, en hogar, al ser mutuo el sentimiento se crea un conflicto mayor. Las razones más comunes son:

- Sueldos bajos.
- La inflación
- Imprevistos.
- Mala organización de la economía familiar.
- Despidos inesperados.
- Largos períodos de paro.
- Problemas personales de uno de los miembros (Adicciones, irresponsabilidad, etc.)

Figura 6. Factores que afectan a la administración del dinero en el hogar



Nota. Adaptado de “Factores individuales y familiares que afectan al núcleo en el hogar”, por Padua, L. M. 2019, RIMIE, 24(80).

En otras ocasiones, también existen problemas económicos que afectan de forma directa a la familia, y surgen precisamente, por no hacer una organización adecuada del dinero. La realidad es que no se puede tener todo, por ello, hay que priorizar y establecer una jerarquía en los propios intereses. (Marulanda, 2018)

Los problemas económicos también pueden surgir por un despido inesperado. En ese caso, la persona arrastra sensación de culpabilidad cuando tiene una familia a su

cargo. En un caso así, lo único que se puede hacer es aprovechar el tiempo e iniciar cuanto antes, el proceso de búsqueda activa de empleo.

Tipos de finanzas en el hogar

Finanzas personales

A continuación, se mencionan 3 definiciones por (Pantokha, 2017)

Las Finanzas Personales es el dinero que se recibe en forma de salario o de otras fuentes de ingresos, en calidad de: herencia, renta, ganancia de lotería o de inversión, que se gasta o no, que se ahorra o invierte para lograr objetivos personales.

Son la aplicación de las finanzas y sus principios de una persona o familia en su deseo de realizar sus actividades con la mejor distribución del dinero para ello. La persona o familia debe de saber cómo utilizar inteligentemente sus ingresos en la vivienda, alimentación, salud, educación, transporte, vestimenta, lujos, seguros, etc. Asimismo, siempre deben de tener en cuenta los ingresos, egresos y ahorros teniendo en cuenta las circunstancias, riesgos y eventos futuros.

Las Finanzas personales es un concepto tan amplio que comprende diversos bienes como: inmobiliarias, valores, artículos antiguos y caros, objetos de arte y colecciones selectas de valor, así como la posesión de determinados derechos, y de todo lo que pueda tener liquidez, que significa que, en casos necesarios, puede ser vendido fácilmente por su propietario sin sufrir pérdidas financieras. Sus elementos principales son: los ingresos (fijos o variables); egresos o gastos (fijos o variables); activos, pasivos y el patrimonio.

Finanzas familiares

Según Martínez, (2021) indica, que las finanzas familiares es la gestión de todos los ingresos y gastos que una unidad familiar posee, incluyendo a todos sus integrantes. Para poder realizar un manejo adecuado de las finanzas personales se debe tomar en cuenta los siguientes principios básicos:

- Los ingresos siempre deben ser mayores a los egresos. Si este principio no se cumple se desencadenan una serie de efectos negativos complejos. Lo ideal es poder tener varias fuentes de ingresos y manejar adecuadamente el gasto.
- Eliminar el gasto superfluo o el que se destina a cosas que rara vez se utilizan. Existen gastos que pueden considerarse como innecesarios o que se pueden aplazar, con el fin de mantener sanas las finanzas familiares.
- Reducir o evitar la deuda cara, como pagos mínimos con las tarjetas de crédito y créditos rápidos a tasas muy elevadas. La deuda debe ser bien manejada y se debe hacer un esfuerzo por conseguir las tasas más bajas posibles.
- Implantar una rutina de ahorro para lo cual se debe contar con un plan.
 - Ahorro para gastos futuros. Se puede ahorrar para realizar gastos futuros como la compra de algún bien o para viajes.
 - Ahorro para eventualidades. Recursos para afrontar gastos no previstos.
 - Ahorro para inversión. Es la mejor alternativa de ahorro ya que permitirá contar con nuevas fuentes de ingresos en el futuro.

Las finanzas personales y familiares son parte fundamental para la actividad económica de los individuos, y para fortalecer el intercambio y bienestar económico se requiere

el manejo de herramientas que permitan la toma de decisiones financieras sanas en el corto, mediano y largo plazo. En este sentido es importante mantener finanzas sanas desde el ámbito personal, familiar y empresarial, teniendo conocimientos claros sobre el manejo eficiente del dinero y de los recursos económicos que posee la sociedad. (Canto et al., 2021)

Economía familiar

Para Rodríguez, (2019) la economía familiar se refiere a la gestión de los recursos económicos dentro de un hogar o una familia que implica la planificación, administración y toma de decisiones relacionadas con los ingresos, gastos, ahorros, inversiones y deudas de la familia.

Según (Araujo et al., 2019) señalan que la economía familiar es importante porque permite una gestión adecuada de los recursos del hogar, lo que ayuda a satisfacer las necesidades diarias y alcanzar metas financieras a largo plazo. La economía familiar también puede ser considerada como la base de la economía de un país, por lo que una buena gestión financiera de las familias puede contribuir al crecimiento económico general. Además, una economía familiar saludable puede reducir el estrés y la ansiedad financiera, lo que puede mejorar la calidad de vida de las personas.

Por su parte, Oregon State Credit Union y Keep Oregon Well, (2021) mencionan que el bienestar financiero se puede entender como el dominio de las finanzas diarias y mensuales, la capacidad de afrontar gastos imprevistos, la libertad de tomar decisiones que faciliten disfrutar de la vida y una planificación adecuada para alcanzar las metas financieras a largo plazo.

La economía familiar tiene como objetivo principal mejorar el bienestar económico de la familia, asegurando una

adecuada satisfacción de las necesidades básicas, así como la planificación a largo plazo para alcanzar metas y objetivos financieros, no solo implica aspectos económicos, sino también emocionales y sociales. La comunicación y el consenso entre los miembros de la familia son fundamentales para establecer metas comunes y tomar decisiones financieras de manera conjunta. Además, es importante considerar los valores y las prioridades familiares al gestionar los recursos económicos, con el objetivo de lograr un equilibrio entre el bienestar económico y el bienestar emocional de la familia.

Considerando lo antes planteado, se ratifica que la administración de los recursos en el hogar es fundamental para sostener a una familia, ya que son un conjunto de herramientas las cuales brindaran soporte para poder planificar correctamente los ingresos y egresos de manera eficiente realizando proyecciones a futuro que permitan tomar decisiones acertadas en el presente.

Por la falta de la administración de dinero en el hogar surgen problemas económicos que afectan la estabilidad familiar ya que muchas de las veces se evidencian que la responsabilidad de los recursos recae solamente por un miembro de la familia lo cual se hace mucho más difícil llegar a la estabilidad ya que aparecen problemas que antes no existían, pero éstos suelen manifestarse cuando el poder adquisitivo se reduce de forma notable.

Conclusiones

La educación financiera desde el hogar es importante y necesaria, por ende, es la forma más efectiva de adquirir una cultura financiera saludable y, en consecuencia, comportamientos adecuados y sostenibles por parte de los miembros del hogar.

La utilización adecuada de los recursos con que cuenta una familia y la planificación de los ingresos y gastos de todos sus miembros son esenciales para lograr el bienestar económico del hogar, la buena administración de recursos básicos permite aprovecharlos al máximo, ya que el dinero es un excelente recurso para sobrellevar los gastos fijos, gastos controlables y posibles gastos hormigas, es conveniente distribuirlo adecuadamente, por lo que conviene planificar al detalle todos los gastos

Para evitar que la falta de administración económica en el hogar se convierta en un problema que afecte la estabilidad del entorno familiar, existen herramientas que ayudarán a desarrollar estrategias de direccionamiento de los recursos, distribuyéndolos de manera eficiente mediante un plan presupuestario que nos permita ahorrar para el futuro y gastar de una manera más inteligente.

Desarrollar hábitos financieros adecuados en el entorno familiar, implica ponerlos en práctica en cualquier momento, basta con adquirir conciencia, realizar los ajustes que correspondan y tomar las decisiones en familia. Así todos se verán beneficiados en el hogar, porque una adecuada salud financiera trae consigo paz y alegría a todos sus miembros.

En el tejido de la vida cotidiana, la administración del dinero en el hogar emerge como un arte esencial para construir una base financiera sólida y asegurar la estabilidad económica a largo plazo. La gestión hábil de los recursos económicos dentro del hogar es una habilidad que trasciende la mera contabilidad; es un proceso que implica toma de decisiones inteligentes, planificación estratégica y un enfoque en el bienestar financiero de toda la familia. En este análisis detallado, exploramos cómo la administración del dinero en el hogar se convierte en un vehículo para

lograr objetivos financieros, reducir el estrés económico y construir un futuro próspero.

La administración del dinero en el hogar es el proceso de controlar y dirigir los recursos financieros disponibles para satisfacer las necesidades y metas de la familia. Implica una serie de pasos esenciales:

1.- Presupuesto Familiar: El presupuesto es la piedra angular de una gestión financiera exitosa. Es el mapa que guía la distribución de los ingresos entre gastos, ahorros e inversiones.

2.- Toma de Decisiones Financieras: Las decisiones financieras cotidianas, como comprar una vivienda, invertir en educación o ahorrar para la jubilación, influyen en la salud financiera a largo plazo.

3.- Ahorro y Planificación: El ahorro sistemático y la planificación son herramientas clave para alcanzar metas financieras a largo plazo, como la educación de los hijos, la compra de una vivienda y la jubilación.

4.- Manejo de Deudas: La gestión adecuada de las deudas es crucial para evitar cargas financieras abrumadoras y garantizar una buena salud crediticia.

5.- Inversiones Inteligentes: La inversión sabia puede ayudar a aumentar la riqueza con el tiempo. Comprender los conceptos básicos de las inversiones es esencial para tomar decisiones informadas.

Una administración efectiva del dinero en el hogar no solo garantiza la satisfacción de las necesidades básicas, sino que también conlleva una serie de beneficios a largo plazo:

1.- Reducción del Estrés Financiero: La incertidumbre financiera puede ser una fuente significativa de estrés. Una

administración cuidadosa del dinero ayuda a aliviar este estrés al brindar seguridad y estabilidad.

2.- Logro de Objetivos Financieros: Una gestión disciplinada del dinero en el hogar permite el cumplimiento de objetivos financieros a largo plazo, como la jubilación cómoda, la educación universitaria de los hijos y la compra de una vivienda.

3.- Mayor Control y Empoderamiento: Cuando las familias tienen un control efectivo sobre su dinero, sienten una mayor sensación de empoderamiento y capacidad para moldear su futuro financiero.

4.- Crecimiento de la Riqueza: La planificación financiera adecuada y las inversiones inteligentes pueden conducir al crecimiento de la riqueza con el tiempo.

A pesar de los beneficios, la administración del dinero en el hogar presenta desafíos y obstáculos que pueden dificultar su implementación exitosa:

1.- Falta de Educación Financiera: La falta de conocimiento sobre conceptos financieros básicos puede dificultar la toma de decisiones informadas.

2.- Tentaciones y Gastos Impulsivos: La tentación de gastar en compras impulsivas puede afectar la capacidad de mantener un presupuesto y ahorrar.

3.- Deudas Excesivas: La acumulación de deudas puede dificultar la gestión financiera y comprometer la capacidad de ahorro.

4.- Cambios Inesperados en la Vida: Eventos inesperados como la pérdida del empleo, la enfermedad o el divorcio pueden afectar negativamente la estabilidad financiera.

La administración del dinero en el hogar es más que una serie de tareas financieras; es una inversión en el bienestar

económico y emocional de la familia. Al abrazar la disciplina financiera, las familias pueden alcanzar sus metas, reducir el estrés económico y construir un futuro próspero. Una administración efectiva del dinero en el hogar no solo tiene un impacto en el presente, sino que también crea un cimiento sólido para las generaciones futuras. Es un legado de sabiduría financiera que trasciende el tiempo y permite a las familias vivir con confianza y seguridad financiera.

Referencias bibliográficas

- Aibar, M. J. (2017). *Finanzas personales: planificación, control y gestión*. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/PdfServlet?pdf=VP18891.pdf&area=E>
- Apolinar, E. J., y Sacristan, H. F. (2017). *Importancia de la educación financiera en el desarrollo social [Tesis para optar el título de Licenciado en Contaduría, Universidad Cooperativa de Colombia]*. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/6d2bf80b-0bf5-4a7c-898d-4635fdecf4e3/content>
- Araujo, G. S., Lastra, C. N., Lucero, S. J., y Sandoval, M. D. (2019). El papel de la educación financiera y su incidencia en la economía familiar. *Revista Dilemas contemporáneos*, 6(33). <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1390/1680>
- BBVA S.A. (2023). *Qué gastos deben aparecer siempre en el presupuesto familiar*. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que->

gastos-deben-aparecer-siempre-en-el-presupuesto-familiar/

- Camarero, J. M. (2023). *Crisisfobia. Claves para sobrevivir al apocalipsis económico*. HarperCollins Ibérica S.A. HarperCollins Ibérica S.A.: https://www.google.com.ec/books/edition/Crisisfobia_Claves_para_sobrevivir_al_ap/Y7-hEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0&kptab=overview
- Canto, C. B., Ávilab, B. S., Castañeda, S. S., y Ramírez, D. C. (2021). Gestión y educación financiera: clave para el manejo eficiente de las finanzas personales y empresariales. *Ingenio y Conciencia Boletín Científico de la Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 8(15), 1-7. <https://doi.org/10.29057/escs.v8i15.6138>
- Flores, M. S. (2018). *Implicancia de la cultura financiera en la capacidad de ahorro de los clientes de la caja Arequipa agencia Puerto Maldonado, período 2016 [Tesis de bachiller, Universidad Andina del Cusco]*. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12557/1621>
- Gómez , A., Fajardo , C., y Sarmiento , I. (2019). Composición de los Hogares y los Niveles de Gastos en Bienes y Servicios Básicos en el Departamento del Cauca Colombia. *Semestre Económico*, 18(38), 1-37. <https://doi.org/10.22395/seec.v18n38a3>
- Gutiérrez Banegas, M. Á. (2020). *¿Qué haces con tu dinero? Mejora tus finanzas personales*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (2020). *¿Qué haces con tu dinero? mejora tus finanzas personales*. Ciudad de México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/ereader/uileam/151230?>

- Hernández, V. E. (2018). *Introducción a la economía: del dinero a los recursos naturales (2a. ed.)*. Delta Publicaciones.
<https://elibro.net/es/ereader/ulead/227224?>
- Ibarra, C. A., y Ros, J. (2019). La disminución de la participación del trabajo en el ingreso en México, 1990-2015. *Redalyc*, 86(344).
<https://doi.org/10.20430/ete.v86i344.991>
- Iturriaga, C. K., y Sierra, J. A. (2020). *Cómo construir tu libertad financiera*. Instituto mexicano de contadores públicos.
https://www.google.com.ec/books/edition/C%C3%B3mo_construir_tu_libertad_financiera/cVomEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Larrarte, P. (2018). *Fundamentos de administración*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.
<https://core.ac.uk/download/pdf/326425223.pdf>
- Lopez , J. C. (2017). Las Finanzas Personales, un concepto que va más allá de su estructura. *Universidad EAFIT*, 11(1), 31-33.
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11784/LopezGarcia_JuanCarlos_2017.pdf?sequence=2
- Martínez, M., Souza, M. d., y Rivera, J. M. (2018). Cambios en el empleo e ingreso de los hogares rurales de México, 2002-2007. *Redalyc*, 30(71).
<https://doi.org/10.22198/rys.2018.71.a772>
- Martínez, O. (2021). *Las finanzas familiares*.
<https://criteriosdigital.com/empresa/omartinez/finanzas-familia-ahorrar-personales/>

- Martínez, V. (2020). *Administración: de lo simple a lo complejo*. Pluma Digital Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/uleadm/131583?>
- Marulanda, B. (2018). *Promoción de la cultura de ahorro en familias en pobreza*. IEP Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/uleadm/79474>
- Mero Vélez, J. M. (2018). *Empresa, administración y proceso administrativo* (Vol. 3). FIPCAEC. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Molina, G. G., Jaramillo, F. Y., y Coello, R. A. (2018). Análisis de la relación entre el ingreso familiar mensual y el costo de la canasta básica en el Ecuador. Periodo 1982 – 2017. 39(47). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p36.pdf>
- Oregon State Credit Union; Keep Oregon Well. (2021). Administración consiente del dinero. <https://www.oregonstatecu.com/files/oregonstate/1/image/Financial%20education/Money-management-financial-planning-workbook-spanish.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo[OIT]. (2020). *Manual del estudiante Economía familiar, Herramientas para decidir mejor*. (OIT – Programa de Finanza Solidaria Ginebra). OIT. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/instructionalmaterial/wcms_765804.pdf
- Padua, L. M. (2019). Factores individuales y familiares que afectan al núcleo en el hogar. *RIMIE*, 24(80), 173-175. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v24n80/1405-6666-rmie-24-80-173.pdf>

- Pantokha, M. (2017). *Las Finanzas Personales y la Vida*.
https://www.google.com.ec/books/edition/Las_Finanzas_Personales_y_la_Vida/ysXRCgAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Pazmiño, A. M., Poma, M. E., Cárdenas, C. V., y Ordoñez., L. H. (2020). *Administración de empresas, elemtos básicos*. PONS PUBLISHING HOUSE / PONS ASBL.
<https://fs.unm.edu/Administracion-de-Empresas.pdf>
- Pérez, S. L. (2018). *Importancia de la Administración Financiera en dos Microempresas de la Ciudad de México*. Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Ecatepec.
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/95209/TESIS%20MIGUEL%20FELIX%20%20MARTINEZ%20VILLANUEVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodriguez, J. (2017). *Finanzas personales*. <https://xn--finanzasenlinea-bmb.com/wp-content/uploads/2023/02/conceptos-basicos-de-finanzas-personales-1.pdf.pdf>
- Rodríguez, J. d. (2018). Generalidades del dinero. *Revista de la Facultad de Derecho de México*, 68(271), 789-808.
<https://revistas.unam.mx/index.php/rfdm/article/download/65382/57363/190804>
- Rodríguez, M. N. (2019). Administración del dinero, en busca de la libertad financiera. *Revistas Unilibre*, 13(25), 87-92.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.25.5763>

- Rojas López, M. D. (2018). *Finanzas personales: cultura financiera*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/70331?>
- Sánchez, E. (2020). *¿Cómo priorizar gastos con un presupuesto?* Credimejora: https://www.credimejora.com/informacion-hipotecaria/gastos-casa-prioridades#%C2%BFc%C3%B3mo_priorizar_gastos_con_un_presupuesto?
- Sora Barreto, L. A. (2020). *Cómo manejar sus finanzas personales*. Editorial UPTC. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/193931?>
- Tcherneva, P., y Hidalgo, E. C. (2021). Dinero, poder y regímenes monetarios: por qué la naturaleza del dinero sí importa. *Revista De Economía Crítica*, 1(29), 1-15. <https://revistaeconomicacritica.org/index.php/rec/article/view/246>
- Trivelli, C., Montenegro, J., y Gutiérrez, M. C. (2017). *Un año ahorrando: Primeros Resultados del Programa Piloto "Promoción del Ahorro en Familias Juntos"*. IEP Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/79441?>

CAPÍTULO 5

Deberes formales de los contribuyentes en Ecuador: Compromiso con la sostenibilidad fiscal y el desarrollo nacional

Definiciones

Franco (2020), afirma que los deberes formales del contribuyente son las obligaciones que tienen las personas o empresas de cumplir con las normas tributarias, presentando declaraciones, pagando impuestos y conservando registros contables y fiscales, estos deberes aprueban establecer al contribuyente los lineamientos correctos para efectuar con las obligaciones tributarias mediante las declaraciones de impuestos a la que están sujetas.

Gutiérrez y Vera (2022) coinciden en que los deberes formales hacen reseña a aquellas obligaciones tributarias que el sujeto pasivo corresponderá desempeñar de representación necesaria ante la Administración Tributaria en caso de haber incumplimiento de deberes formales logra originar un adeudo económica dirigida a los contribuyentes.

Uzhca et. al (2020) menciona que se entiende como deberes formales a todas las actividades, procesos, pasos a cumplir enmarcados en normas legales para el desarrollo óptimo de la relación existente entre la administración tributaria y contribuyentes.

5.1. Ruc

(SRI) indica que es una herramienta que tiene por ocupación registrar e identificar a los contribuyentes con

finés arancelario y suministrar esta información a la Administración Tributaria.

(Cruz, 2020) menciona que es algo propio e intransferible, es decir no debe compartirlo con terceras personas que podrían causar inconvenientes en el futuro, ya que solo debe ser utilizado únicamente por su propietario.

Cajas (2017) señala que el Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el dígito que identifica a cada contribuyente que efectúa una acción económica. El documento que recibe al inscribirse en el RUC es la constancia de su registro. En él figuran sus datos personales y los de su actividad económica. El RUC es su número de cédula más 001.

Se define entonces que El RUC (Registro Único de Contribuyentes) es un número de identificación tributaria que se asigna a las empresas y personas naturales que realizan actividades económicas en un país determinado. El RUC es conformado por una serie de dígitos que identifican al contribuyente y a su actividad económica.

El RUC es un número que consta de 13 dígitos dentro de los cuales sus últimos tres dígitos terminan en 001 este dígito se asigna a las empresas y personas naturales para fines tributarios. El RUC es fundamental para que las empresas puedan realizar actividades económicas, emitir facturas y realizar transacciones comerciales. Además, permite a las autoridades tributarias identificar a los contribuyentes y llevar un registro de sus actividades económicas. En algunos casos, también se requiere el RUC para acceder a ciertos servicios y beneficios gubernamentales, como préstamos y subvenciones.

Ilustración 4 Composición del Ruc



Nota. Imagen de los dígitos que conforman el Ruc.

Tipos de deberes formales

La Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI) art.97.7 (2023) menciona que sin daño de los restantes deberes formales previstos en el artículo 96 del Código Tributario, los dominados pasivos sujetos al régimen RIMPE tendrán los siguientes deberes formales:

- a) Llevar un registro de ingresos y gastos y declarar el impuesto conforme a los resultados que arroje el mismo.
- b) Emitir comprobantes de venta, retención y documentos complementarios. Para el caso de los negocios populares emitirán notas de venta al amparo de la normativa vigente.
- c) Los pagos que efectúen los contribuyentes sujetos a este régimen deberán observar los montos de bancarización previstos en el artículo 103 de la Ley de Régimen Tributario.

Dentro del CÓDIGO TRIBUTARIO art. 96 se establece que son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

- a) Inscribirse en el Ruc proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad
- b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;
- c) Llevar los libros y registros contables, anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones.
- d) Presentar las declaraciones que correspondan.
- e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.
- f) Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.
- g) Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.
- h) Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente.

Por otra parte para Quimí (2022) los deberes formales son sustanciales, porque alcanzan el acatamiento correcto y oportuno de aquellas obligaciones tributarias que tienen las personas naturales y jurídicas con el estado; ayudando a minimizar posibles conflictos, sanciones y multas en su ente.

1. Inscribirse en los Registros pertinentes del Servicio de Rentas Internas
2. Emitir y entregar comprobantes de ventas autorizados
3. Llevar libros y registros contables
4. Presentar declaraciones y pagar impuestos
5. Acudir a las oficinas del SRI cuando sea necesario

Declaración de impuestos

Uno de los deberes formales de los contribuyentes es la de presentar su declaración de impuestos al servicio de rentas internas SRI, tanto personas naturales o empresas en los formularios correspondientes , En un artículo de investigación Meza (2021) menciono que la declaración de impuestos, es el informe que se presenta ante el Sistema Nacional de Rentas Internas (SRI) donde se exponen todos los ingresos, retenciones y gastos presentados en un año fiscal de una persona; este proceso da cuenta, por medio de los montos, si la persona está obligada o no, a pagar porcentaje como tributo a la nación.

Según Cadena (2018) la declaración de impuesto debe ser presentada antes la administración tributaria por parte del sujeto pasivo es decir las personas naturales o jurídicas que ejerzan alguna actividad económica en el Ecuador se encuentran en la obligación de cumplir su deberes como contribuyentes también expresa que deberían estar basado en hechos y en la interpretación del derecho, pero quedando sujeto al control de la administración, la que sustituirá por la determinación tributaria, en caso de error o disconformidad con el criterio utilizado.

Para realizar las declaraciones correspondientes el SRI establece mediante la ley de régimen tributario interno plazos para subir las distintas declaraciones como lo es en el art. 40, el plazo para cumplir con su obligación de declarar el impuesto a la renta serán presentadas anualmente, por los sujetos pasivos en los lugares y fechas determinados por el reglamento, en esta misma ley en el art.67 establece que los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago.

Ventajas de los deberes formales del contribuyente

Los deberes formales del contribuyente son aquellas obligaciones que deben cumplir las personas físicas o jurídicas que realizan actividades económicas y que están sujetas a tributación. Estos deberes formales incluyen el registro contable, la conservación de documentación, la presentación de declaraciones fiscales, el pago de impuestos, entre otros. En este sentido, las ventajas de cumplir con los deberes formales del contribuyente son las siguientes.

Por otra parte Velásquez (2021) señala que, en primer lugar, el cumplimiento de los deberes formales del contribuyente facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Un registro contable y la conservación de documentos respaldatorios permiten la elaboración de declaraciones fiscales precisas y la evitación de errores que puedan dar lugar a multas o sanciones por parte de las autoridades fiscales.

Para Raad (2021) el cumplimiento de los deberes formales del contribuyente permite contar con información detallada y actualizada sobre las finanzas de la empresa o persona física. Esto es fundamental para la toma de decisiones, la identificación de oportunidades de crecimiento, la evaluación de rentabilidad, el mejoramiento de los procesos, entre otros.

Por último Segovia, (2023) menciona que cumplir con los deberes formales del contribuyente facilita la coordinación con las autoridades fiscales. Si los contribuyentes cumplen con sus obligaciones fiscales de manera puntual, esto genera una relación de confianza y transparencia que facilita la interacción con las autoridades fiscales en caso de

que se requiera realizar modificaciones o ajustes en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Se puede definir que el cumplimiento de los deberes formales del contribuyente genera seguridad jurídica, ya que se evita cualquier tipo de sanción por no cumplir con las obligaciones tributarias. Esto, a su vez, genera un ambiente favorable para los negocios, ya que contribuye a generar un clima de confianza y orden en la economía, ya que cumplir con los deberes formales del contribuyente va más allá de una simple obligación tributaria. Cumplir con estas obligaciones permite tener una mejor gestión financiera, facilita la coordinación con las autoridades fiscales y genera un ambiente favorable para los negocios.

Importancia de hacer las declaraciones antes del plazo de vencimiento

Hacer las declaraciones dentro del plazo establecidos permite al contribuyente cumplir con sus obligaciones correspondientes de esta manera evitara multas, sanciones y cobro de interés al no cancelar los impuestos a tiempo, Para Masbernat (2017) declarar los impuesto a tiempo es importante ya que “consistente en el pago de una suma de dinero en concepto de tributo, cuyo nacimiento se hizo depender del cumplimiento por parte del particular de un presupuesto de hecho descrito en la norma, conocido hoy en día como hecho imponible” (pág. 15).

Según Castañeda, (2020) Es importante cumplir con las obligaciones tributaras por lo que es un deber formal que permite al estado financiar las obras y servicios publicos, como contribuyente mantener una buena reputacion y credibilidad con el estado, clientes y proveedores, Además al presentar las declaraciones correspondies a tiempo evita sanciones y multas por la infraccion tributaria. Es esencial para los empresas contar con un control tributario

preventivo y permanente que permita evaluar los datos con información de carácter tributario con la finalidad de “poder tomar decisiones, además la presentación de las declaraciones mensuales es parte esencial para el cumplimiento de obligaciones tributarias para por este medio poder prevenir multas, sanciones, etc por parte del órgano regulador tributario” (Bonilla, 2017, pág. 82).

Sanciones por incumplimiento de declaraciones en el plazo establecido

Según la definición de Álvarez et.al (2022) mencionan que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es fundamental para cualquier empresa o persona que realice actividades comerciales. Uno de los aspectos clave en este ámbito es el cumplimiento de los plazos establecidos para presentar las declaraciones correspondientes. En la mayoría de los países, el incumplimiento de estos plazos puede llevar a sanciones económicas, con el objetivo de fomentar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en tiempo y forma.

Por otra parte Álvarez et.al (2018) recalca que las sanciones por incumplimiento de declaraciones en el plazo establecido pueden variar según el país y la legislación aplicable. En general, estas sanciones pueden incluir multas que se basan en el tiempo de retraso, intereses y recargos que se acumulan con el tiempo, y en algunos casos incluso la suspensión de actividades empresariales. Además, el no cumplimiento puede tener consecuencias legales, como la imposibilidad de deducir ciertos gastos o de demostrar ingresos ante las autoridades fiscales.

Es importante tener en cuenta que estas sanciones no solo afectan a las empresas, sino también a las personas físicas. En algunos casos, los incumplimientos tributarios pueden ser considerados delitos fiscales, lo que puede dar lugar a

consecuencias más graves, como la imposibilidad para obtener créditos bancarios o la pérdida de derechos políticos, entre otros.

Para finalizar Montenegro (2021) señala que con el fin de evitar estas sanciones, es fundamental cumplir con los plazos establecidos para la presentación de declaraciones y pagos tributarios. Para ello, es importante mantener una buena organización dentro de la empresa, llevar un calendario actualizado de pagos y declaraciones, y contar con un equipo profesional y capacitado en la gestión fiscal y tributaria.

En resumen, se puede definir que el incumplimiento de las obligaciones tributarias y, en particular, de las declaraciones dentro de los plazos establecidos, puede generar sanciones financieras y legales importantes. Es fundamental cumplir con estas obligaciones para evitar enfrentar consecuencias graves y, además, para demostrar una gestión empresarial responsable y ordenada ante las autoridades fiscales.

Importancia de llevar un registro de ingresos y gastos

Según Paguay (2018) llevar un registro detallado de los ingresos y gastos es fundamental para cualquier negocio o persona que maneje una economía. En el registro de ingresos se debe incluir todo el dinero que entra en la cuenta, ya sea por ventas, alquileres, intereses, entre otros. Por otro lado, el registro de gastos debe incluir todos aquellos desembolsos que se realizan durante el mes, como gastos en alimentos, transporte, entre otros.

La importancia de llevar un registro detallado de los ingresos y gastos radica en que permite a los empresarios y emprendedores conocer y comprender el estado real de sus

finanzas. Esto les permite conocer cuánto dinero están ganando y gastando, y en qué rubros.

Mientras que para Pelagallo (2019) menciona que además, llevar un registro adecuado de los ingresos y gastos facilita la gestión fiscal, ya que se tendrán los datos necesarios para elaborar declaraciones y cumplir con las obligaciones tributarias. También ayuda en el proceso de toma de decisiones, ya que se puede analizar y evaluar mejor en qué áreas se están invirtiendo más recursos y si se pueden hacer ajustes para mejorar la rentabilidad de la empresa.

Por otro lado, Bajaña (2021) señala que un registro adecuado de los ingresos y gastos puede ayudar a proteger a las empresas y personas físicas en caso de una auditoría o inspección por parte de las autoridades fiscales. Si se tiene un registro preciso y completo, se pueden justificar los gastos y explicar los ingresos, evitando sanciones o multas que podrían afectar gravemente la economía de la empresa.

Con base en la definición de los autores anteriores se puede mencionar que llevar un registro preciso y detallado de los ingresos y gastos es clave para el éxito de cualquier empresa o persona que maneje una economía. Gracias a este registro se tendrá una visión clara de la situación financiera y se podrán tomar decisiones informadas sobre el manejo de los recursos. Además, facilitará el cumplimiento de obligaciones fiscales y protegerá a la empresa o individuo en caso de una auditoría o inspección.

¿Quiénes pueden emitir facturas y notas de ventas?

Según la definición de Guerrero (2021) las facturas y notas de ventas son documentos fundamentales en una transacción comercial. Son un registro fiscal que permite a las personas o empresas demostrar que han realizado una

venta o compra, y que han pagado o recibido el dinero correspondiente. Pero ¿quiénes pueden emitir estos documentos?

Para Morales (2022) indica que en general, cualquier persona o empresa que se dedique a la venta de bienes o servicios puede emitir facturas y notas de venta. Esto incluye tanto a los comerciantes minoristas como a los mayoristas, y a los prestadores de servicios. Sin embargo, para poder hacerlo, deben registrarse ante el Servicio de Impuestos Internos (IRS) o la agencia tributaria correspondiente en su país.

Finalmente para Ordeñana (2022) comenta que además, es importante tener en cuenta que existen ciertos requisitos formales que deben cumplirse al emitir una factura o una nota de venta. Por ejemplo, deben incluirse datos como el número de identificación fiscal del vendedor, la fecha en que se realizó la transacción, la descripción de los bienes o servicios vendidos, el monto total de la transacción y el impuesto correspondiente. También es necesario que estén numeradas consecutivamente y que se entreguen al comprador en el momento de la transacción.

En conclusión, cualquier persona o empresa que realice una venta o preste un servicio puede emitir facturas y notas de venta, siempre y cuando cumpla con los requisitos formales establecidos por las autoridades fiscales. Estos documentos son indispensables para mantener un registro de las transacciones comerciales y cumplir con las obligaciones tributarias correspondientes.

Sanciones por no emitir facturas o notas de ventas

Según la perspectiva de Abreu (2020) menciona que las facturas y notas de venta son documentos importantes en cualquier comercio, y su emisión es obligatoria en muchos países. Esto se debe a que sirven como herramientas

cruciales para el control fiscal y el seguimiento de las transacciones. En este sentido, no emitir facturas o notas de ventas puede dar lugar a sanciones serias por parte de las autoridades tributarias.

Para los autores Dúran et.al (2020) coinciden en que las sanciones por no emitir facturas o notas de ventas pueden variar de país en país, pero suelen ser bastante severas. En general, estas sanciones pueden incluir multas, intereses y recargos, y en algunos casos incluso la clausura del negocio. Además, no emitir facturas o notas de ventas también puede generar problemas legales, como la imposibilidad de deducir gastos o de justificar ingresos.

Mientras que para Apaza (2018) indica que, para evitar estas sanciones, es importante que quienes realizan transacciones comerciales emitan las facturas o notas de venta correspondientes de manera adecuada y en el plazo establecido por las autoridades. También es importante que las empresas lleven registros claros y precisos de sus transacciones, para poder demostrar que han cumplido con sus obligaciones tributarias.

Se puede definir que no emitir facturas o notas de ventas es una falta grave que puede generar sanciones económicas y legales importantes. Emitir estos documentos de manera adecuada y en el plazo correspondiente es fundamental para mantener un control fiscal adecuado, así como para evitar problemas con las autoridades tributarias.

Conclusiones

Dentro del marco de una sociedad democrática y en función de la financiación de los servicios públicos y el desarrollo nacional, los ciudadanos asumen el rol de contribuyentes. En Ecuador, esta responsabilidad está regulada por una serie de deberes formales que establecen las obligaciones tributarias de los individuos y las empresas hacia el Estado.

Estos deberes no solo garantizan el funcionamiento de los servicios públicos esenciales, sino que también respaldan la inversión en infraestructura, educación y programas sociales. En este análisis exhaustivo, exploramos los deberes formales de los contribuyentes en Ecuador, su importancia en el contexto de la sostenibilidad fiscal y su papel en el desarrollo sostenible del país.

Los deberes formales de los contribuyentes en Ecuador abarcan un conjunto de responsabilidades que deben ser cumplidas para asegurar un sistema tributario eficiente y equitativo. Estas obligaciones pueden variar según el tipo de contribuyente y el impuesto específico, pero generalmente incluyen:

- 1.- Registro ante la Administración Tributaria: Los contribuyentes están obligados a registrarse ante la Administración Tributaria y obtener su respectivo número de RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- 2.- Presentación de Declaraciones: Los contribuyentes deben presentar declaraciones periódicas de impuestos, proporcionando información precisa sobre sus ingresos, gastos y actividades económicas.
3. Pago de Impuestos: Los impuestos deben pagarse de acuerdo con los plazos establecidos por la ley. El no cumplimiento puede resultar en sanciones y multas.
- 4.- Emisión de Comprobantes de Venta: Los contribuyentes que realizan ventas de bienes y servicios deben emitir comprobantes de venta autorizados por la Administración Tributaria.
- 5.- Llevar Contabilidad: Los contribuyentes están obligados a llevar registros contables adecuados y mantener la documentación respaldatoria de sus transacciones.

Los deberes formales de los contribuyentes desempeñan un papel crucial en la sostenibilidad fiscal y el desarrollo económico del Ecuador:

1.- **Financiamiento de los Servicios Públicos:** Los impuestos recaudados a través de los deberes formales de los contribuyentes son la principal fuente de financiamiento para los servicios públicos esenciales, como la educación, la salud, la seguridad y la infraestructura.

2.- **Redistribución de la Riqueza:** Un sistema tributario equitativo y bien administrado permite redistribuir la riqueza y reducir las brechas económicas y sociales.

3.- **Estabilidad Económica:** Los ingresos fiscales proporcionan al Estado la capacidad de intervenir en la economía para mantener la estabilidad y promover el crecimiento.

4.- **Inversión en Desarrollo:** Los recursos obtenidos a través de los impuestos son utilizados para invertir en programas de desarrollo y proyectos de infraestructura que impulsan el progreso nacional.

A pesar de la importancia de los deberes formales de los contribuyentes, existen desafíos y barreras que pueden afectar su cumplimiento:

1.- **Evasión y Elusión Fiscal:** La evasión y elusión fiscal representan un desafío significativo en muchos sistemas tributarios, incluido el ecuatoriano. La falta de cumplimiento afecta la recaudación y pone en peligro la sostenibilidad fiscal.

2.- **Complejidad del Sistema Tributario:** La complejidad del sistema tributario puede dificultar la comprensión de los deberes formales de los contribuyentes, lo que lleva a errores y confusiones.

3.- Falta de Conciencia Tributaria: La falta de educación y conciencia tributaria puede contribuir a la falta de cumplimiento por parte de los contribuyentes.

Para promover un cumplimiento efectivo y consciente de los deberes formales de los contribuyentes en Ecuador, se pueden considerar varias estrategias:

1.- Educación y Concienciación: Promover la educación financiera y tributaria es esencial para aumentar la conciencia entre los contribuyentes sobre sus obligaciones y la importancia de su cumplimiento.

2.- Simplificación del Sistema Tributario: Simplificar el sistema tributario y los procedimientos administrativos puede hacer que el cumplimiento sea más accesible y comprensible.

3.- Tecnología y Transparencia: Utilizar la tecnología para facilitar la presentación de declaraciones y el pago de impuestos puede mejorar la eficiencia y la transparencia del proceso.

4.- Sanciones y Fiscalización: Implementar sanciones y un sistema de fiscalización efectivo puede disuadir la evasión y elusión fiscal.

Los deberes formales de los contribuyentes en Ecuador son la piedra angular de un sistema tributario que financia los servicios públicos esenciales y el desarrollo del país. Cumplir con estas obligaciones no es solo un acto legal, sino un acto de compromiso con la sociedad y el futuro del país. A través de una educación financiera sólida, la simplificación del sistema tributario y la promoción de la transparencia, los contribuyentes pueden desempeñar un papel fundamental en la construcción de una nación económicamente sostenible y socialmente equitativa. El cumplimiento consciente de los deberes formales es una

inversión en el bienestar colectivo y en la prosperidad de las generaciones venideras.

Referencias bibliográficas

Abreu, A. M. (2020). Analisis de las infracciones tributarias, por incumplimiento de los deberes contables y de facturación, y por resistencia, obstrucción, excusas o negativa a las actuaciones de la administración tributaria. *Universidad de la Tacunga*.

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/20629/Analisis%20de%20las%20infracciones%20tributarias%20por%20el%20incumplimiento%20%20de%20los%20deberes%20contables%20y%20de%20facturacion%20,%20y%20por%20resistencia,%20obstruccion,%20excusa%20o%20negati>

Alvarez, C. V., Vásquez, A. E., Tigua, G. P., Sánchez, E. R., Cercado, M. d., Chiquito, G. X., & Pilay, M. G. (2018). Desconocimiento de obligaciones tributarias y su incidencia en el Impuesto a la Renta. *Dialnet*, 4(3), 294-312.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6560186>

Álvarez, J. R., Oliva, N., & Andino, M. (2022). Cumplimiento tributario y facturación electrónica en Ecuador: evaluación de impacto. *Scielo*, 53(208).

<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2022.208.69712>

Apaza, S. S. (2018). Incumplimiento de deberes formales, en el régimen tributario simplificado. *Universidad Mayor de San Andrés*.

<https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/19777>

- Bajaña, A. A. (2021). Control de ingresos y gastos de la empresa comercial tiñe en el 2020. *Universidad Técnica de Babahoyo*.
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/10700>
- Bonilla, P. (Noviembre de 2017). *Auditoria tributaria en la empresa "Vidrieria Patovid"*. Repositorio pucesa :
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2139/1/76534.pdf>
- Cajas, A. R. (2017). Diseño de una guía de estrategias metodológicas hacia la enseñanza de la aplicación web SRI ... *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11519/1/T-UCE-0010-1676.pdf>
- Castañeda, V. M. (2020). El impacto del impuesto sobre la renta en la inversión empresarial en Colombia. *Apuntes de Genes*, 39(70), 183-2015.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19053/01203053.v39.n70.2020.10493>
- CÓDIGO TRIBUTARIO. (s.f.). Capitulo 3 DEBERES FORMALES DEL CONTRIBUYENTE O RESPONSABLE.
<https://www.etapa.net.ec/Portals/o/TRANSPARENCIA/Literal-a2/CODIGO-TRIBUTARIO.pdf>
- Cruz, J. G. (2020). Importancia de la Cultura Tributaria en Ecuador. *Universidad Estatal Península de Santa Elena*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5533/1/UPSE-TCA-2020-0070.pdf>
- Dúran, M. C., Cárdenas, A., & Vergara, J. (2020). EVALUACION DEL CUMPLIMIENTO DE DEBERES FORMALES EN IMPUESTOS (I.S.L.R) E (I.V.A) EN THRONSON INTERNACIONAL DE VENEZUELA.

20(1).

https://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/FACE/article/view/4008

Franco, T. D. (2020). Hacia una teoría de deberes formales y obligaciones tributarias en el Ecuador. *Universidad Estatal Península de Santa Elena*. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5506/1/UPSE-TCA-2020-0043.pdf>

Gabriela, G. V., & Wilmer, V. M. (2022). CUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES Y SU EFECTO EN LAS ACTIVIDADES DE LOS EMPRENDIMIENTOS. *Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí*, 5(9). <https://publicacionescd.ulead.edu.ec/index.php/corporatum-360/article/download/431/716>

Guerrero, N. (2021). Cumplimiento de las obligaciones tributarias del impuesto al valor agregado en la empresa SERVI PETROL, C.A. *Revista de Investigación en Ciencias Administrativas y Sociales*, 4(8), 25-39. <https://doi.org/https://doi.org/10.33996/revistaneque.v4i8.43>

Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI). (2023). *Deberes formales art. 97.7 Suplemento del Registro Oficial 235, 23-I-2023*. <https://www.infancia.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/LEY-DE-REGIMEN-TRIBUTARIO-INTERNO-LRTI.pdf>

Masbernath, P. (2017). Una tesis sobre la naturaleza y las características de la obligación tributaria. *Dikaion Revista de Fundamentación Jurídica*, 26(2), 225-255. <https://doi.org/https://doi.org/10.5294/dika.2017.26.2.2>

- Montenegro, Y. A. (2021). Sanciones impuestas por Estados Unidos a Venezuela: consecuencias regionales. *Redalyc*, 16(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.18359/ries.5916>
- Morales, A. A. (2022). Cumplimiento de los deberes formales en los bazares, tiendas del barrio Centenario, Cantón Salinas, provincia SWanta Elena año 2022. *Universidad Estatal Península de Santa Elena*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8497/1/UPSE-TCA-2022-0043.pdf>
- Ordeñana, K. P. (2022). Cumplimiento de los deberes formales en PRODUC PLAST, Cantón Machala Provincia El Oro, en el período 2021. *Universidad Estatal Península de Santa Elena*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8477/1/UPSE-TCA-2022-0097.pdf>
- Paguay, M. A. (2018). Control Contable de las Cuentas de Ingresos y Gastos del "Comercial Gemelos. *Universidad Técnica de Babahoyo*.
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/3617>
- Pelagallo, J. J. (2019). Control de los Ingresos y Gastos y su Incidencia en la Rentabilidad del Comercial Agripaz. *Universidad Técnica de Babahoyo*.
<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6819>
- Quimí, S. C. (2022). CUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES DE LAS TIENDAS UBICADAS EN LA COMUNA SAN RAFAEL, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022. *UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8484/1/UPSE-TCA-2022-0080.pdf>

- Raad, C. G. (2021). Cultura tributaria y formalización en el sector comercial. *Universidad Estatal Península de Santa Elena*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5831>
- Segovia, C. E. (2023). Ventajas y desventajas de la asignación a los catastros de agentes de retención del régimen impositivo, mediante la resolución No. NAC-DGERCGC20-00000057, para microempresas dedicadas a la creación y colocación de anuncios de publicidad al aire libre... *Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador*.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24228>
- SRI. (s.f.). <https://www.sri.gob.ec/ruc-personas-naturales#%C2%BFqu%C3%A9-es>
- Uzhca, N. C., Yumbla, R. E., Chávez, R. D., & Escandón, L. V. (2020). Causas del incumplimiento de los deberes formales de contribuyente: Caso Azogues. *Dialnet*, 5(5). <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0003-0104-1712>
- Velásquez, A. D. (2021). Ventajas y desventajas de la ley de simplicidad y progresividad tributaria referente a los impuestos a la renta, impuesto al valor agregado para micro empresas de producción, diseño e impresión gráfica ubicadas en la Av. América sector Centro Norte del... *Universidad Politécnica Salesiana Ecuador*.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19779>

CAPÍTULO 6

Ideas de negocios y empoderamiento de la mujer: Tejiendo oportunidades hacia un futuro equitativo

Definiciones

Pol, (2017) la marca es una realidad multifacética y compleja que exhibe una calidad bien definida, es la identificación de la empresa y del bien o servicio que se ofrece, es decir es el reconocimiento.

Por otra parte Caceres (2021) define que la marca es la inspiración y la perspectiva que preside la representación en que la empresa deberá ser vista. La percepción no es el mensaje final, sino una guía para crear los mensajes de esta.

Camahort et.al (2019) coinciden en definir la marca como un nombre, una expresión, un símbolo, un diseño o una composición de todos estos elementos que asemeja al fabricante o proveedor de un producto o servicio y que lo diferencia de la competitividad.

En definición los diseños de marcas son la representación gráfica de una empresa o producto. Estos diseños incluyen el logotipo, tipografía, colores y otros elementos visuales que ayudan a crear una identidad única y reconocible. Un buen diseño de marca debe ser memorable, atractivo y coherente con los valores y objetivos de la empresa.

Cabe mencionar que los diseños de marcas son importantes porque son la primera impresión que los clientes tienen de una empresa o producto. Un buen diseño de marca puede generar confianza, credibilidad y lealtad en los clientes, lo que puede resultar en un aumento de las ventas y la rentabilidad. Además, un diseño de marca sólido y coherente puede ayudar a diferenciar a una empresa de sus

competidores y a crear una imagen positiva en la mente de los consumidores.

Tipos de diseños de marcas

Frutos (2017) menciona en su artículo que se entiende por marca todo símbolo apto de representación gráfica que sirva para diferenciar a una compañía de otras o a sus productos o servicios de los de aquellas.

Tales signos podrán ser, entre otros:

- a) Los logotipos de los nombres comerciales atribuidos a las empresas o exclusivamente a sus productos o servicios.
- b) Los logotipos que simbolicen de forma simplificada (mediante dígitos o sellos) dichos nombres comerciales.
- c) Los iconotipos que, mediante síntesis no verbales, brinden un diseño propio.

Por otra parte, el mismo autor indica que hay tres tipos de elementos distintivos en el ámbito empresarial y en buena parte también en el institucional:

- a) **Onomásticos:** el nombre propio de la correspondiente persona jurídica o el que esta conceda a sus productos o servicios.
- b) **Emblemáticos:** la marca como símbolo gráfico en sus diferentes características.
- c) **Modélicos:** los compendios de diseño del producto o servicio, de su cubierta o embalaje, u otros elementos adjuntos.

Belver (2017) muestra algunos ejemplos de logotipo entre los cuales se encuentran los siguientes:

Logotipo con únicamente el nombre: comunican un mensaje inmediato al comprador, servirán cuando el nombre de la empresa es sencillo, fácil de acordarse y transitorio, habitualmente.

Ilustración 5. Imagen sobre el logo de Google



Nota. Ejemplo de logotipo con únicamente el nombre

Logotipos con nombre y símbolos: contienen el nombre de la empresa dentro de una representación geométrica no siempre regular.

Ilustración 6. Logotipo de la marca de autos Ford



Nota. Ejemplo de logotipo con nombre y símbolo

Logotipos con iniciales: habitualmente estos logotipos se manejan con el fin de pulir ciertos nombres de empresas los cuales son combinados por varias palabras.

Ilustración 7. Ejemplo de logo CNN



Nota. Ejemplo de logotipo con iniciales

Logotipos con el nombre en versión pictórica: son los que el nombre tiene una gran categoría, pero el conjunto del logotipo es lo que le hará específico y sobre todo propio.

Ilustración 8. Logotipo de la gaseosa Coca Cola



Nota. Ejemplo de logotipo con el nombre en versión pictórica

Logotipos asociativos: no es exacto que el nombre surja ya que la propia representación del isotipo personifica claramente el producto o la empresa de una manera simple, natural y directo.

Ilustración 9. Ejemplo de Logotipo fox



Nota. Ejemplo de logotipo asociativo de forma simple, natural y directo.

Logotipos alusivos: el isotipo hará algún tipo de insinuación a los productos de la empresa de una forma inmediata o evasiva.

Ilustración 10. Ejemplo de logo de la marca Puma



Nota. Ejemplo de logotipo alusivo

Logotipos abstractos: son estéticamente agradables y si bien habitualmente extienden a parecerse entre sí.

Ilustración 11. Ejemplo de logo Abstracto



Nota. Ejemplo de logotipo abstracto, agradables, extienden a parecerse entre sí.

Llasera (2021) comenta que se puede catalogar a los logos en cuatro tipos diferentes: **logotipo, isotipo, imagotipo, e isologo.**

□ **Logotipos:** es puramente una palabra trazada de una representación que beneficie su pregnancia, que sea notable, es una marca nominal.

□ **Isotipos:** es un distintivo o representación gráfica que busca sobresalir cierto significado, valor o concepción de la marca, trabaja de representación autónoma al contexto o nombre de la empresa.

□ **Imagotipos:** es el efecto de la unión del logotipo y el isotipo, uno y otro deben quedar en perfecto moderación y conformidad, es la escritura gráfica de diversas palabras adyacente a un emblema.

□ **Isologos:** es el efecto de la unión del logotipo y el isotipo, pero en este caso las dos partes que lo componen son indivisibles. La representación gráfica del texto se encuentra tan integrada que actúa como símbolo también.

Ventajas de diseños de marcas

Para Gestal (2019) la primera ventaja de una buena imagen de marca es tener una marca visual que coincida con los valores y la industria de su empresa, lo cual es una excelente manera de destacarse de otras marcas competidoras.

Según Desing (2021) menciona que el diseño de marca es uno de los aspectos más importantes. Si nos ponemos en el lugar del cliente, ¿te tomarías en serio un negocio con una mala imagen de marca? Obviamente no. Su profesionalismo y la calidad que entrega serán juzgados por su imagen desde el principio.

Finalmente para Belluccia (2018) indica que respecto al punto anterior, el hecho de que tu producto tenga un valor agregado debido a una buena imagen de marca te permite aumentar tus precios y mejorar tu negocio ya que los clientes estarán más dispuestos a pagar más por tu producto.

Importancia de diseños de marcas

En caso de aquellos productos para los cuales siempre ha tenido importancia el diseño, ya no es un atributo más entre otros muchos, si no que a menudo es el atributo que más se tiene en cuenta a la hora de comprar. El comprador espera que todas las demás características alcancen un mínimo aceptable, y a la hora de comprar una prenda de vestir por ejemplo escogerá aquella que más le guste por el diseño también concluye que el diseño ha pasado a ser un atributo preponderante a la hora de comprar muchos productos. Vela y Bocigas (2019)

Para Martínez (2016) hace énfasis en la importancia del color para la identidad visual de las marcas fue Henry Ford, para quien cualquier cliente podía pintar su coche del color que quisiese siempre y cuando fuese negro. Desde entonces, hemos recorrido un largo camino en términos de reconocer la importancia del color como una herramienta para generar valor de marca (p.9)

Según Gómez y López (2021) La importancia del proceso de síntesis y abstracción de identificadores gráfico es innegable, quien los diseña debe tener una cultura visual de contexto de las imágenes logo típicas y además un entrenamiento de su nivel de percepción. Pareciera tarea fácil, y hay quienes por ignorancia creen que el buen diseño subyace en las herramientas tecnológicas de la actualidad; grandes efectos de gradientes, sombras y apariencias tridimensionales inundan el mercado de las marcas.

Pareciera que este campo profesional se enfoca más y más a productos de diseños más sofisticados como páginas web y gráficos en movimiento. Se han olvidado de que el eje principal de todos estos productos es una marca. Sin ella no existe una imagen de la cliente proyectada a sus usuarios, no se comunica una identidad ni se diferencia de todos los demás.

Pasos para crear un diseño de marca

Según Sterman (2019) El proceso para la creación de una marca está compuesta por 3 etapas que son: la estrategia, la creación y la gestión. En el proceso de creación de la marca es importante desarrollar el nombre que debe ser una descripción de la categoría y junto a una frase corta que represente el espíritu de la marca y por supuesto, el diseño gráfico de la identidad visual el tema del diseño es un área que, debido a su complejidad técnica, requiere la guía y el asesoramiento de diseñadores especializados.

Todas las fases del proceso y el razonamiento general del diseño de la marca, debería ser sencillo para que el cliente logre identificar la marca mediante el logotipo, las características de cada marca (Chavez & Belluccia, 2019).

Para Flórez (2021) el primer paso para diseñar una marca es crear un nombre propio que brinde identidad a la marca y un eslogan para que el cliente se sienta identificado con los productos y la entidad, por lo que es importante que sean exclusivos y deben implicar dar un significado distintivo a la marca.

¿Qué es marketing?

Según Hair et.al, (2017) coinciden que el marketing es un conjunto de estrategias y tácticas que tienen como objetivo promocionar y vender productos o servicios a un público específico. Esto se logra mediante el uso de diversas

técnicas, como la investigación de mercado, el branding, la publicidad, las relaciones públicas y las ventas.

Para Toro y Villanueva, (2017) es vital enfatizar en la importancia de la identificación precisa del público objetivo para poder diseñar una estrategia de marketing acorde a sus necesidades y deseos. Además, el uso de plataformas digitales se ha vuelto fundamental en la actualidad, ya que permiten llegar a un público extenso y con un menor costo. Esta

En definitiva, el objetivo del marketing es entender las necesidades de los clientes y crear una experiencia excepcional para ellos, lo cual resultará en una mejor percepción de la marca y, en última instancia, en mayores ingresos para la organización. Ya que como lo mencionan Morán et.al, (2020) el marketing es un instrumento esencial para distribuir productos hacia mercados viables y posicionar nuevas sociedades según su actividad productiva.

¿Cómo ayuda el marketing a la creación de una marca?

El marketing es un factor necesario que se basa a las necesidades de los clientes, y al público en una investigación sobre las marcas donde se integran estrategias centrada en el interés del consumidor, con la finalidad de verificar si hay algún elemento con relación a ellos que no ha sido planteada (Ramos & Neri, 2022).

Al realizar publicidad es una estrategia que nos permite la atracción de más clientes logrando que una marca nueva se poseione en el mercado usando técnicas como “emplear medios digitales para comunicar su marca al público mediante estrategias correctamente definidas y un proceso

de personal branding previamente empleado” (Barbery Candell, 2019, p. 4).

Según Rodríguez et al. (2017) el marketing es utilizado para dar resultados que ayudan a encontrar vías de comunicaciones hacia nuevas marcas como técnicas ofreciendo capacidades como la interacción de valores de las mismas, por otra parte el cliente puede dar a conocer sus criterios de una forma constructiva o destructiva hacia la marca.

Elementos y características de una marca

De acuerdo con Casanoves et al (2018) las características más importantes de la calidad percibida de marca son los principales modelos de capital de marca, que la calidad percibida de marca la integran componentes como:

- a) Los juicios propios sobre la marca,
- b) Las opiniones de conjunto que se tienen sobre la marca,
- c) Los sentimientos que genera la misma en los usuarios,
- d) La estima que tiene el consumidor hacia la marca
- e) El liderazgo/popularidad de esta en el mercado

La personalidad de la marca se puede identificar a través de sus elementos gráficos, espaciales y cromáticos. Desde el punto de partida para la construcción de la imagen de marca por parte del público. Sostenidos por la urdimbre del conocimiento transdisciplinar, exploraremos los nexos conceptuales, teóricos, metodológicos y técnicos existentes entre los fundamentos de las técnicas proyectivas gráficas - propias de la psicología- y el diseño de marcas según Andrea (2017).

Una marca en el contexto empresarial en la cual tiene similitud con la personalidad de un individuo. Sin embargo,

marcaría la pauta el estudio de Aaker (1997) para poder hacer una aproximación conceptual en la que indica que es el conjunto de características humanas asociadas a la marca, representando valores y características que puedan ser percibidas como jóvenes, cercanos, modernos y simpáticos desarrollando un rol importante en la congruencia con el cliente como lo menciona Cruz et al (2021).

Diferencia de Branding y marketing

Según las definiciones de Más et.al (2020) coinciden en que la diferencia entre el branding y el marketing es que el branding se centra en la construcción de la marca como una experiencia única e identificable para el cliente, mientras que el marketing se enfoca en la promoción y venta de productos o servicios a través de diversas técnicas, como la publicidad, las relaciones públicas, entre otras. Es decir, el branding es una parte esencial del marketing, ya que se trata de crear una imagen y una percepción de la marca que conecte emocionalmente con el cliente, lo cual se convierte en un factor clave de fidelización y lealtad.

Por otra parte, Rubio (2021) indica que el branding busca definir la personalidad y los valores de la marca, transmitir su propósito y reflejar su identidad a través del diseño, la publicidad y la comunicación, mientras que el marketing se enfoca en atraer y retener clientes a través de estrategias más comerciales y tácticas de ventas.

Mientras que, para Fernández, (2018) el marketing se centra en la venta y promoción de productos, el branding busca crear una conexión emocional con los consumidores y establecer una identidad definida y coherente que les permita diferenciarse de la competencia.

Herramientas que influyen en la creación de un logo o una marca

Según Puig, (2020) comenta que las herramientas que influyen en la creación de un logo o marca son fundamentales para establecer la identidad visual de una empresa y transmitir su personalidad y valores de manera efectiva. Primero, el logotipo es la imagen principal que representará a la marca, y debe ser reconocible, memorable y adaptable en diferentes formatos y tamaños. Para su creación, es necesario contar con herramientas de diseño gráfico, como Adobe Photoshop o Illustrator, que permiten la creación de textos, formas y gráficos de forma profesional.

Bárcena et.al (2019) indican que otra herramienta importante es la elección de colores y tipografía, ya que pueden influir en las emociones y percepción que los clientes tendrán de la marca. Para ello, es recomendable realizar una investigación de mercado y análisis de la competencia para escoger una combinación de colores y una tipografía adecuados que reflejen la personalidad y valores de la empresa. Además, las herramientas de brand storytelling son útiles para crear una estrategia de comunicación coherente y efectiva que refleje la identidad de la marca. Se utilizan técnicas narrativas para contar historias que conecten emocionalmente con los clientes y refuercen la imagen de la marca.

Para OCDE (2019) el manejo de redes sociales también es fundamental en la creación de una marca exitosa, ya que permiten llegar a un público amplio y generar engagement con los clientes. Las herramientas de monitoreo y análisis de redes sociales, como Hootsuite o Sprout Social, son valiosas para realizar un seguimiento de la actividad y reacciones de la audiencia y hacer los ajustes necesarios en la estrategia de marketing.

Cada una de estas herramientas es importante para la creación y consolidación de una marca exitosa. Su correcta utilización puede marcar la diferencia entre una marca promedio y una exitosa y reconocida. Una buena gestión de estos recursos puede permitir que una marca sea reconocida en el mercado y tenga un lugar destacado frente a la competencia.

Conclusiones

En la intersección entre la innovación empresarial y el empoderamiento de la mujer, se despliega un lienzo de posibilidades que no solo transforma vidas individuales, sino que también teje el tejido de una sociedad más igualitaria y vibrante. Las ideas de negocios impulsadas por mujeres y para mujeres no solo generan ingresos y empleos, sino que también rompen barreras, empoderan a las mujeres económicamente y contribuyen a la construcción de una comunidad más fuerte. En este examen minucioso, exploramos cómo las ideas de negocios pueden ser la fuerza motriz del empoderamiento femenino, inspirando a mujeres emprendedoras a tomar las riendas de su destino y trazar un camino hacia un futuro más equitativo.

El empoderamiento de la mujer va más allá de la igualdad de género; se trata de otorgar a las mujeres la autonomía para tomar decisiones que afecten sus vidas, negocios y comunidades. A pesar de los avances significativos, persisten desafíos en el camino hacia la igualdad, como la brecha de género en los salarios, la falta de acceso a financiamiento y la escasez de mujeres en posiciones de liderazgo empresarial. Estos desafíos subrayan la importancia de las ideas de negocios como herramientas de empoderamiento.

Las ideas de negocios no solo representan oportunidades económicas, sino que también actúan como motores del

cambio social y del empoderamiento femenino. Algunas maneras en que las ideas de negocios pueden empoderar a las mujeres incluyen:

- 1.- Independencia Económica: Las mujeres que dirigen sus propios negocios ganan independencia económica, tomando decisiones financieras y modelando su destino.
- 2.- Desarrollo de Habilidades: La gestión de un negocio exige una variedad de habilidades, desde liderazgo hasta toma de decisiones y resolución de problemas.
- 3.- Modelos a Seguir: Las mujeres emprendedoras exitosas se convierten en modelos a seguir que inspiran a otras mujeres a perseguir sus ambiciones empresariales.
- 4.- Participación en la Economía: La creación y gestión de negocios aumenta la participación de las mujeres en la economía, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico.

Las ideas de negocios centradas en el empoderamiento femenino abren un abanico de oportunidades creativas y transformadoras:

- 1.- Mentoría y Capacitación Empresarial: Establecer programas de mentoría y capacitación para mujeres emprendedoras puede ofrecerles las herramientas necesarias para administrar con éxito sus negocios.
- 2.- Plataformas de Comercio Electrónico: Crear plataformas de comercio electrónico donde las mujeres puedan vender sus productos o servicios puede ampliar su alcance y visibilidad.
- 3.- Servicios de Cuidado y Bienestar: Ofrecer servicios de cuidado infantil, asesoramiento de bienestar y apoyo doméstico puede ayudar a las mujeres a equilibrar las responsabilidades laborales y familiares.

4.- Empoderamiento Educativo: Diseñar programas educativos que promuevan el liderazgo y la confianza en las mujeres jóvenes puede sentar las bases para futuros emprendimientos.

Si bien las ideas de negocios tienen un potencial transformador, es importante abordar los desafíos que las mujeres emprendedoras enfrentan:

1.- Acceso a Financiamiento: Crear opciones de financiamiento específicas para mujeres emprendedoras, como fondos de inversión o microcréditos, puede superar la barrera del acceso a capital.

2.- Redes de Apoyo: Establecer redes de apoyo y conexiones empresariales puede brindar a las mujeres emprendedoras mentoría y colaboración valiosas.

3.- Educación Empresarial: Proporcionar educación y capacitación en habilidades empresariales puede fortalecer la confianza y la capacidad de gestión de las mujeres emprendedoras.

Las ideas de negocios y el empoderamiento de la mujer se fusionan en un viaje emocionante hacia la igualdad de género y el progreso económico. Al fomentar un ecosistema empresarial que valora y respalda a las mujeres emprendedoras, estamos construyendo un futuro donde las oportunidades se distribuyen de manera equitativa y donde las voces y habilidades de las mujeres se valoran plenamente. Cada idea de negocio, cada emprendimiento, contribuye al tejido de un mundo donde el empoderamiento de la mujer no solo es un objetivo, sino una realidad vibrante y transformadora que beneficia a todos. Con cada paso audaz que dan las mujeres emprendedoras, están forjando un futuro más equitativo y empoderado para sí mismas y para las generaciones venideras.

Referencias bibliográficas

- Barbery, D., & Candell, E. (2019). Acciones del marketing para la promoción y creación de marca de artistas ecuatorianos. *ACADEMO*, 6(1), 43-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.30545/academo.2019.ene-jun.6>
- Bárcena, A., Cimoli, M., Buchaca, R. G., & Pérez, r. (2019). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe*. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44918/7/S1900748_es.pdf
- Belluccia, R. (2018). Diseño y Estrategia de Marketing. <https://foroalfa.org/articulos/disen-y-estrategia-de-marca>
- Belver, J. V. (2017). REDISEÑO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE COPAVA. MANUAL DE LOGOTIPO. *Universidad Politécnica de Valencia*. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/93884/ROS%20-%20REDISE%C3%91O%20DE%20LA%20IDENTIDAD%20CORPORATIVA%20DE%20COPAVA%20MANUAL%20DE%20LOGOTIPO.pdf>
- Caceres, I. P. (2021). *Desarrollo de identidad de marca diseños de producto y piezas comunicacionales para Pixmap*. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13316/Zlatar_Caceres_Ivanna_Paula.pdf?sequence=1
- Camahort, V. G., Fiol, L. C., & García, J. S. (2019). Concepto de marca y sus perspectivas de análisis: una revisión de la literatura. *Red Marka*, 23(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.17979/redma.2019.23.5454>

- Chavez, N., & Belluccia, R. (2019). *La marca corporativa*. Paidós.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60476540/la-marca-corporativa20190903-70019-1gfrv5r-libre.pdf?1567531492=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_marca_corporativa_Gestion_y_diseno_d.pdf&Expires=1687366196&Signature=XFAhxBPIELp~unreHoQ
- Desing. (2021). ¿QUÉ ES EL DISEÑO DE MARCA? *Abside*.
<https://www.absidestudio.com/que-es-el-diseno-de-marca/>
- Fernández, I. S. (2018). Marcas gráficas y city branding en España: el caso de A Coruña. *Redalyc*(49), 67-92.
<https://www.redalyc.org/journal/267/26757651004/26757651004.pdf>
- Flórez, B. (2021). *Guía para diseñar una marca*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/u/leam/titulos/57812>
- Frutos, A. M. (2017). DE MARCAS Y LOGOTIPOS: CONSIDERACIONES TERMINOLÓGICAS, JURÍDICAS Y EMBLEMÁTICAS*. *Emblemata*, 22, 91-131.
<https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/35/72/11/montanerfrutos.pdf>
- Gestal, I. M. (2019). ¿Qué es el diseño y gestión de marca? ¿Por qué es importante? <https://www.sigaris.es/que-es-el-diseno-y-gestion-de-marca-por-que-es-importante/>
- Gómez , & Lopez. (2021). *Pensar en diseño grafico*. Universidad Guadalajara.
https://www.google.com.ec/books/edition/Pensar_e

n_dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico/McJNAQAAQBAJ?
hl=es-419&gbpv

Hair, J. F., Lamb, C. W., & Daniel, C. M. (2017). *Marketing: edición latinoamericana*. Cengage Learning. ¿Qué
HAIR, J. F. J. LAMB, C. W. ; MCDANIEL, C.
Marketing: edición Latinoamérica. ed. México D.F:
Cengage Learning,
201https://elibro.net/es/ereader/ulead/93287?page
=29.

Llasera, J. P. (2021). Logos: Qué son, qué tipos existen y
cuál escojo para mi marca. *LOGOS: ¿Qué son?
MARCA VS LOGO y TIPOS de LOGOS: Logotipo,
Isotipo, Imagotipo e Isologo*.
https://www.youtube.com/watch?v=eFRioIPJRdc

Martinez Marin . (2016). *Escaparatismo y diseño de
espacios comerciales*. Ediciones Paraninfo.
https://www.google.com.ec/books/edition/Escapara
tismo_y_dise%C3%B1o_de_espacios_come/43g3DA
AAQBAJ?hl

Más, R. J., Andraus Quintero, C. E., & Lazo Pastó, O. R.
(2020). Análisis de modelos de Branding Corporativo.
Redalyc, 11(3), 84-100.
https://www.redalyc.org/journal/5885/5885647910
08/588564791008.pdf

Morán, A. M., Intriago, D. A., Villanueva, L. K., & Navarrete,
S. A. (2020). Estrategias de marketing para la
comercialización de producto biodegradables de aseo
y limpieza de la empresa Quibisa. *Scielo*, 12(4), 399-
406. http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-
rus-12-04-399.pdf

- OCDE. (2019). Desempaquetando el comercio electrónico. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/23561431-en>.
- Pol, A. (2017). Branding y personalidad de la marca visual. *Scielo*, 1(1). <https://www.scielo.org.mx/pdf/zcr/v1n1/2448-8437-zinco-1-01-5.pdf>
- Puig, P. (17 de Septiembre de 2020). *Cyberclick*. Cómo crear un logotipo: paso a paso, herramientas y ejemplos: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/como-crear-un-logotipo-paso-a-paso-herramientas-y-ejemplos>
- Ramos, N., & Neri, A. (2022). Las 4 ces del marketing y su relación con el posicionamiento de la marca. *Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín*, 24(2), 1-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.36390/telos242.11>
- Rodríguez, T., Baños, M., & Rajas, M. (2017). Posibilidad de co-creación y comunicación de valores de marca en mundos virtuales. *Prisma Social*, 14, 222-272. <https://doi.org/http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744530008>
- Rubio, P. R. (2021). Elementos de responsabilidad social empresarial y mercadotecnia social para la reputación corporativa e impacto en el branding. *Redalyc*, 10(27). <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968303001/637968303001.pdf>
- Sterman, A. (2019). *Como crear marcas que funcionen: branding paso a paso*. Editorial Nobuko. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/77953>

Toro, J. M., & Villanueva, J. (2017). *Marketing estratégico*. Pamplona: EUNSA.
<https://elibro.net/es/ereader/ulearn/47326?page=308>

Vela, C., & Bocigas, O. (2019). *Fundamentos de marketing*. Universidad pontificia Comillas.
https://www.google.com.ec/books/edition/Fundamentos_de_Marketing/xZpSEAAAQBAJ?hl

CAPÍTULO 7

Negocios digitales y emprendimientos de la mujer: Navegando hacia la transformación empresarial y la igualdad de género

Definición General de Digitalización

Panandiker et al. (2018, como se citó en Hoyos y Sastoque, 2020) afirmaron que la digitalización es considerada un movimiento fundamental utilizado en la internacionalización y la supervivencia de los negocios. Por medio de la transformación digital y sus estrategias para ofrecer más servicios y productos digitales y físicos es posible la incursión y supervivencia en mercados internacionales en el área digital mediante las dinámicas para su crecimiento constante.

La aparición de nuevas fórmulas cuando el consumidor adquiere un derecho de acceso a contenidos audiovisuales a través de la red o la aparición de plataformas de intercambio descentralizado está transformando la oferta y demanda en el mercado (CES 2017, como se citó en Sánchez et al., 2023).

Según López-Carril et al. (2019, como se citó en Nañez y Reier, 2022) definen los medios sociales como un concepto que engloba a aquellas herramientas comunicativas, basadas en las tecnologías de internet y de los nuevos medios, que permiten que organizaciones y/o individuos interactúen, intercambiando información y contenido generado de forma individual o compartida, y en tiempo real o de forma asíncrona, lo que permite el intercambio de contenido por todos los usuarios.

Definición General de Negocios Digitales

De acuerdo con Moro y Fernández (2020) los negocios digitales deben ser sostenibles y transparentes con clientes inteligentes. Es necesario tener un modelo, una razón de ser y, ante todo, una razón que permita generar ganancias (p. 28).

El negocio digital es definido como una organización que emplea la tecnología como ventaja competitiva para las operaciones tanto internas como externas. Es decir, son aquellas que operan más allá de internet, buscando permanecer en el mercado competitivo (Rouse, 2011, como se citó en Pinzón, 2020).

Según Alvarado y Zamora (2022) los negocios digitales se centran en la tecnología y la dimensión en que sea utilizada, dependiendo de las actividades operadas. Sin embargo, para el buen funcionamiento del negocio se debe utilizar estrategias con capacidades de organización digital para incrementar el nivel competitivo, considerando el entorno creado en cuanto a las tecnologías digitales.

Importancia de Negocios Digitales

Según Roa Jiménez (2020) la evolución del marketing digital se produce por el desarrollo del internet, permitiendo la interacción con la audiencia a través de una conducta participativa. Asimismo, es de gran ventaja para las pequeñas y medianas empresas, puesto que la forma de publicitar es de bajo costo y de rápida propagación, lo que genera beneficios obtenidos a corto plazo y la medición de respuestas por parte del público.

De acuerdo con Campos Sánchez et al. (2021) los negocios digitales utilizan la tecnología para realizar actividades comerciales. Estas actividades pueden incluir el intercambio de información y datos entre empresas, la

venta de productos y servicios en línea, la comunicación con clientes y proveedores, intercambiar de datos entre un productor, distribuidor y socio comercial, ganar nuevos clientes, conquistar mercados y realizar teleconferencias. Los negocios digitales como las tiendas en línea, las plataformas de streaming de música y video, las redes sociales, las aplicaciones móviles y las soluciones de comercio electrónico adquirieron gran importancia en los últimos años, debido a la creciente adopción de tecnologías digitales y la necesidad de adaptarse a un entorno cada vez más digitalizado.

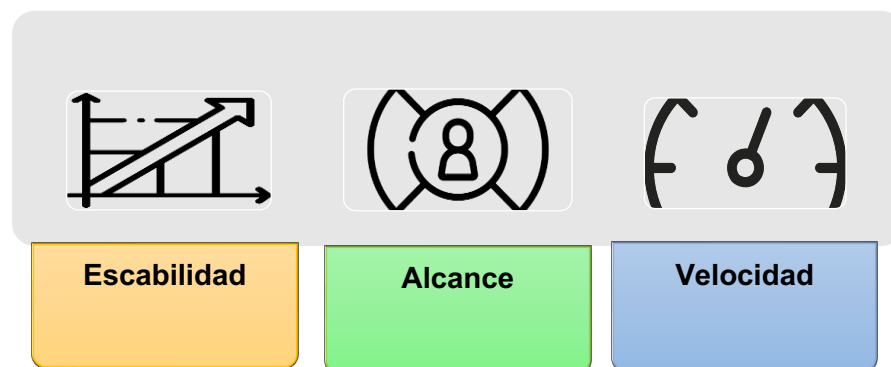
Según Avendaño Martínez (2023) la mayoría de las empresas se clasificaban en una de las cuatro categorías fundamentales: fabricantes, distribuidores, minoristas y franquicias dependiendo del sector particular en el que operaban. Actualmente, las tecnologías digitales y los ecosistemas son importantes porque han facilitado nuevas formas para hacer negocios transformando el panorama competitivo.

Características de Negocios Digitales

Una empresa transformada digitalmente conservará una visión tradicional de los negocios que le impedirá comportarse de forma ágil para alcanzar estas tres características de los negocios digitales:

- **Escalabilidad:** ser capaz de producir productos o servicios para más consumidores.
- **Alcance:** incrementar o modificar la base de productos o servicios que produce.
- **Velocidad:** ser capaz de escalar o ampliar alcance más rápido que el mercado. (Lázaro, 2021).

Figura 7. Características de los negocios digitales



Nota. Adaptado de *El fin de la INERCIA: de la Revolución a la Protopía Digital. Origen, evolución e impacto del nuevo paradigma tecnológico, social y empresarial*, por J. Lázaro, 2021, Independently Published.

Según Ibarra (2021) los nuevos modelos de negocios destacan su influencia en el mercado por sus principales características que los distinguen como es, el que nacen con la tecnología inmersa en sus procesos, están convencidos de innovar constantemente, de reducir costos y de adaptarse a las exigencias del consumidor y los cambios en el entorno. Los nuevos modelos de negocios están ampliamente relacionados con la innovación en todos sus sentidos y la eficiente adaptabilidad. Asimismo, para que un negocio tenga éxito, es necesario innovar permanentemente, a través de condiciones que incentiven la investigación aplicada a incrementos de la productividad y en consecuencia de la competitividad.

OCDE (2018, como se citó en García, 2020) estipula que existen tres características que son comunes en las empresas digitales y de las cuales representan un desafío en materia de tributación:

- **Carencia de presencia física:** Muchas empresas acceden a un elevado número de clientes en diversos países sin tener presencia física en cada uno de ellos.
- **Activos intangibles:** Las empresas digitales invierten en activos intangibles específicamente los activos de propiedad intelectual que puede ser propiedad de una empresa o bien arrendados a un tercero, entre los intangibles se destacan los sitios web, software, algoritmos, etc.
- **Importancia de los usuarios y los datos:** La participación de los usuarios permite que las entidades recopilen información a través del monitoreo de los contenidos que éstos generan y el comportamiento que muestran.

Figura 8. Principales características de las empresas digitales



Nota. Adaptado de *Plataformas digitales*, F. W. García, 2020, Ediciones Fiscales ISEF. S.A.

Emprendedor digital

De acuerdo con Hernández et al. (2019, como se citó en Ortiz Espinoza y Paredes Romero, 2022) la palabra emprendimiento hace referencia a la capacidad que tiene una persona para lograr sus metas por medio de su esfuerzo. Es decir, es el conjunto de características necesarias para solucionar un problema y así establecer, desarrollar o mejorar proyectos con ideas innovadoras. Así pues, se pueden crear proyectos exitosos dependiendo del tipo de emprendedor y cómo perciben la necesidad de logro, toma de decisiones y su estabilidad emocional.

Los emprendedores pueden emplear plataformas digitales, incluirse en ecosistemas digitales para comunicarse o laborar con otros accediendo a proveedores, clientes y socios de cualquier parte del mundo con la mayor rapidez y facilidad para mayores grados de efectividad (Torres, 2022).

De acuerdo con Ochoa (2019, como se citó en Ortiz, 2021) cuando un profesional busca generar valor en la sociedad a partir de su conocimiento debe realizar lo que le apasione que a su vez sepa hacer, y que además el mundo necesite y le puedan pagar por ello, esto se puede integrar al desarrollo de servicios y/o productos digitales. Además, señalan que transformar ideas de emprendimiento en digital no significa idealizar que aquella idea innovadora bajo una página web o una aplicación móvil funcionarán, crecerán y se potencializarán de la nada.

Incentivos para la creación de Negocios Digitales

Según Dini et al. (2021) afirmaron que el desarrollo de soluciones digitales ha tenido una tendencia exponencial en los últimos años con la reducción de costos y el aumento de su oferta en una infinidad de usos y aplicaciones. La digitalización es potencialmente beneficiosa en cuanto amplifica las capacidades dinámicas de las empresas. En primer lugar, la digitalización ayuda a las empresas a percibir los cambios del entorno. La gran ventaja de los recursos digitales en volumen, velocidad, variedad y valor hace posible que las empresas recojan o recuperen información en el entorno externo a un bajo costo. Además, la aplicación de los sistemas de análisis de grandes datos y de inteligencia artificial ayuda a las empresas a filtrar información valiosa a través de la computación de alta velocidad, de modo que puedan percibir y predecir en cierta medida los cambios del entorno.

Los incentivos en los negocios digitales son estrategias utilizadas para retener el personal y también alcanzar una mayor productividad de los colaboradores que se traduce en mejor rentabilidad para la organización. La mayoría de las organizaciones aplican distintos planes de incentivos tanto monetarios como no monetarios, pero no todos hacen un seguimiento adecuado y retroalimentación de estas estrategias por lo que su evaluación final no es la mejor lo que limita la efectividad del plan. Por lo cual se debe conocer el proceso adecuado a seguir y compromiso y responsabilidad en la ejecución por parte de los directivos y el personal de apoyo desde el inicio hasta la parte final para evaluar los resultados (García, 2020).

Según Diemers et al. (2015, como se citó en García et al., 2020) los incentivos en las organizaciones son críticos para fomentar el tipo de innovación tecnológica necesaria para

hacer que los mercados y sistemas financieros sean más eficientes y así mejorar la experiencia general del cliente, de manera que pueden estimular la economía local más amplia al atraer a personas talentosas y ambiciosas y convertirse en un lugar de pensamiento creativo y actividad empresarial, tomando un valor representativo dentro del contexto la innovación tecnológica y el emprendimiento.

Condicionantes para la creación de Negocios Digitales

Según Madero (2020) los factores de condicionamiento, relacionados directamente con la actividad satisfacción en el trabajo, se enfoca principalmente en situaciones donde se ve involucrado el logro, el reconocimiento verbal, un trabajo retador, el aumento de responsabilidades, un crecimiento mediante alguna promoción laboral. Por otra parte, la insatisfacción en el trabajo se presenta cuando factores relacionados con el entorno o contexto en donde se desempeñan las actividades, como la mala definición de las políticas de la compañía, la calidad de la supervisión, las relaciones interpersonales, la seguridad en el trabajo, las remuneraciones que se ofrecen, el ambiente laboral, se puede observar que tanto la satisfacción como la insatisfacción laboral tienen factores particulares y específicos que la promueven.

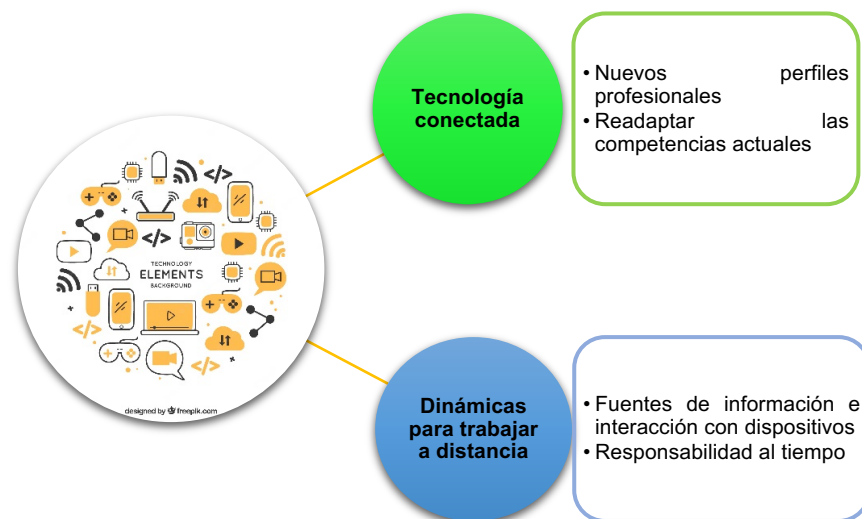
De acuerdo con Calle (2022) la falta de experiencia es otro condicionante en los negocios digitales, señalando que la capacitación al personal en término de innovación y digitalización debe ser el insumo necesario para tener un perfil laboral que responda a las exigencias del mercado, con ello debe involucrar a toda a organización considerando que son la marca y el prestigio que representa.

Según Martí-Noruega (2020) desde una óptica de gestión organizacional y como sociedad, la tecnología se ha

convertido en un condicionante obligatorio, cuyo escenario requiere enfocarse fundamentalmente en gestionar el cambio, y sus múltiples consecuencias, basándose en un entorno mediado por lo digital sin fronteras, pero con nuevas medidas de control y seguimiento de nuestra actividad digital:

1. El condicionante de operar con tecnologías interconectadas en red, gestión e intercambio de archivos en la denominada nube, conlleva la necesidad de nuevos perfiles profesionales y readaptar las actuales competencias laborales.
2. Las dinámicas mediadas por trabajar a distancia, con múltiples fuentes de información e interacción constante con dispositivos e información, exigen autonomía y responsabilidad al tiempo que cualquier acción genera un registro que permite ser auditado y monitorizado.

Figura 9. Ejes para la creación de negocios digitales



Nota. Adaptado de *Sociedad digital: gestión organizacional*, por J. J Martí-Noruega, 2020, *Revista Venezolana de Gerencia*.

Ecosistemas Empresariales Digitales

Para Islas y Carraza (2017) los ecosistemas empresariales digitales se refieren a la interconexión de empresas, organizaciones y sistemas de información en un marco digital que resulta de un modelo eficiente para una gestión flexible, en la que se pueden incorporar soluciones digitales para mejorar la eficiencia y la toma de decisiones.

Según Cucato et al. (2017) estos ecosistemas digitales buscan integrar en un mismo entorno empresas que permitan aportar a la cadena de valor de un producto, servicio o solución, para que se puedan aprovechar las sinergias y los servicios que cada empresa provee (pp. 105-123).

Cárdenes (2021) argumenta que los ecosistemas empresariales digitales tienen como objetivo mejorar la experiencia del usuario, habilitando nuevas soluciones para las necesidades prácticas y de comunicación con los clientes mediante la incorporación de soluciones tecnológicas que mejoren tanto la gestión interna, como la oferta y experiencia de los clientes. Una buena experiencia del usuario reduce los tiempos de respuesta, mejora la satisfacción y fideliza el cliente.

Estrategias para Negocios Digitales

Según Perdigón et al. (2018) para mantener la atención del cliente, es necesario construir una relación sólida y brindar servicios para atraer visita al sitio web con frecuencia y comprar productos y servicios. Para ello, es crucial ejecutar una campaña de marketing digital exitosa aplicando soluciones adecuadas de e-marketing para garantizar el

éxito continuado del negocio. Asimismo, estimular las ventas y fidelizar a los clientes a través de descuentos es otro método de marketing, así como aplicar servicios de valor agregado para aumentar los precios de los productos, y los servicios como envío, entrega justo a tiempo, garantía, etc., aseguran que el costo total del producto con servicios adicionales sea más alto que el costo de producción, asegurando así las ganancias.

Reyes et al. (2018) afirmaron que la primera táctica de estrategia empresarial consiste en conectar los símbolos, las costumbres y los recuerdos con el producto. El consumo del producto es crucial para la cultura, dando vida a los sabores de estas culturas a través de imágenes y relatos que ayudan al cliente a sentirse más cerca de lo que se está perdiendo. La segunda estrategia, que denominamos PP (Precio Justo y Practicidad), tiene como objetivo posicionar el producto como un remedio para los problemas prevalentes, usando imágenes y videos para contar historias que conectan rápidamente con la audiencia corto.

Para elaborar la estrategia digital se debe considerar un conjunto de premisas que contribuyen a garantizar su correcta implementación y funcionamiento en las actividades, tales como:

- **Apoyo de los directivos y socios de la cooperativa:** El interés de la dirección de los negocios es uno de los factores organizacionales identificados en la literatura que inciden en la adopción de las tecnologías digitales en sus procesos de negocio.
- **Personal de la organización con experiencia en las tecnologías digitales y habilidades en marketing y promociones electrónicas:** La preparación de los miembros vinculados a la gestión comercial de la empresa en el uso de las tecnologías digitales, el marketing y las promociones electrónicas es

necesaria para lograr una implementación y funcionamiento eficiente de la estrategia digital propuesta.

□ **Acceso a las tecnologías digitales e internet:** La estrategia se fundamenta en el empleo de las tecnologías digitales como medios para la organización en la realización de sus procesos comerciales y de negocios, situación que le atribuye gran relevancia al acceso a estas tecnologías (Perdigon, 2020).

Figura 10. Estrategias para la creación de negocios digitales



Nota. Adaptado de Estrategia digital para potenciar la gestión comercial de las cooperativas agropecuarias cubanas, por R. Perdigon Llanes, 2020, *Cooperativismo y Desarrollo*.

Modelos de Negocios Digitales

De acuerdo con Galiana (2019, como se citó en Ordaz y Martínez, 2021) menciona que los modelos de negocios digitales son las formas de negocio aplicadas en el mundo digital. Este tipo de modelo de negocio online aprovecha la tecnología para mejorar sus servicios tanto dentro de la empresa, como con sus clientes, y para realizar propuestas de valor y monetización. Si todo esto se logra con éxito, los resultados serán grandes negocios digitales que entran a un mercado innovador en el que cada vez hay más actores.

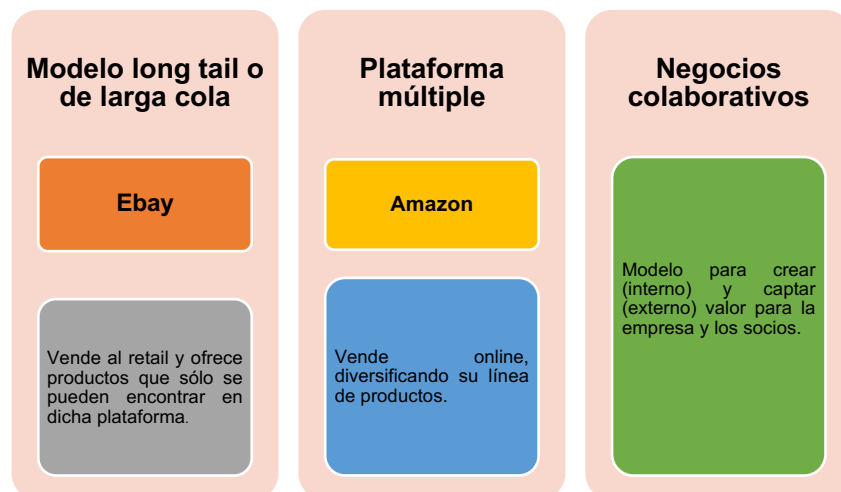
De acuerdo con Rego (2021) un modelo de negocio es la materialización de la ventaja competitiva de la empresa,

cuya habilidad distintiva permitirá obtener rendimientos en el mercado.

Según Palacios (2022) menciona que existen modelos de negocios digitales que pueden clasificarse de la siguiente manera:

- **Modelo long tail o de larga cola:** Este modelo de negocio es conocido por el lema “vender menos de más”, es decir, es un modelo que va dirigido a la venta de productos o servicios que tienen demandas especializadas o de nichos, y se monetiza a partir de las ventas efectivas y/o comisión por intermediación. Un ejemplo de modelo de larga cola es Ebay plataforma que vende al retail y que ofrece productos que sólo se pueden encontrar en dicha plataforma.
- **Plataforma múltiple:** Se caracteriza por crear propuestas de valor independientes para varios grupos de clientes que, a su vez, se relacionan entre sí, y crean valor en la medida en que aumenta el número de otros grupos en la plataforma, creando así un efecto de red. Un ejemplo característico de plataforma múltiple es Amazon que, desde sus comienzos como plataforma de venta online, ha ido diversificando su línea de productos.
- **Negocios colaborativos:** Se caracterizan por permitir que la creación de valor ocurra a través de la colaboración interna externa del negocio, fluyendo en ambos sentidos de forma recíproca. Es un modelo para crear (interno) y captar (externo) valor para la empresa y los socios.

Figura 11 Modelos de negocios digitales



Nota. Adaptado de *Negocios Digitales*, por D. Palacios Marqués, 2022, Ediciones Pirámide

En la era digital, la intersección entre los negocios y el emprendimiento de la mujer se ha convertido en un epicentro de innovación, empoderamiento y cambio social. Los negocios digitales no solo ofrecen oportunidades sin precedentes para emprendedores de todos los géneros, sino que también se están convirtiendo en una fuerza catalizadora para el empoderamiento de la mujer en el mundo empresarial. A medida que las tecnologías avanzan y las barreras tradicionales disminuyen, las mujeres emprendedoras están desafiando las normas, creando impacto y contribuyendo a la construcción de un futuro más equitativo. En esta exploración exhaustiva, examinamos cómo los negocios digitales están abriendo puertas para las mujeres emprendedoras, y cómo estas visionarias empresarias están transformando sus ideas en realidades digitales y sociedades más justas.

Los negocios digitales son aquellos que aprovechan las tecnologías digitales y las plataformas en línea para brindar

productos, servicios o soluciones innovadoras. Desde el comercio electrónico hasta las aplicaciones móviles y la inteligencia artificial, los negocios digitales abarcan un amplio espectro de oportunidades para emprendedores. Estos negocios no solo presentan una vía para la creación de riqueza, sino que también representan un terreno fértil para la materialización de ideas audaces y disruptivas.

Conclusiones

Los emprendimientos de la mujer en el ámbito digital son una manifestación poderosa del empoderamiento y la capacidad de liderazgo de las mujeres. Las tecnologías digitales han nivelado el campo de juego en muchos sentidos, reduciendo las barreras de entrada y proporcionando herramientas accesibles para poner en marcha ideas. Algunas formas en que las mujeres emprendedoras están haciendo su marca en el mundo de los negocios digitales incluyen:

- 1.- Comercio Electrónico Femenino: Las mujeres emprendedoras están creando tiendas en línea y plataformas de comercio electrónico para vender productos que van desde ropa hasta productos artesanales, alcanzando audiencias globales.
- 2.- Contenido y Creación Digital: Las mujeres están aprovechando las redes sociales y los blogs para compartir conocimientos, historias y habilidades, convirtiéndose en influyentes y generando ingresos a través de la publicidad y el patrocinio.
- 3.- Aplicaciones y Tecnologías Innovadoras: Las mujeres están desarrollando aplicaciones móviles y tecnologías innovadoras que abordan problemas sociales y de salud, como la educación, la salud reproductiva y la seguridad personal.

Aunque los negocios digitales han abierto ventanas de oportunidad para las mujeres emprendedoras, aún persisten desafíos que deben abordarse para lograr la plena igualdad de género en este ámbito:

1.- Brecha Digital: La falta de acceso equitativo a la tecnología y a la conectividad puede limitar la participación de algunas mujeres en los negocios digitales.

2.- Estereotipos y Discriminación: Los estereotipos de género y la discriminación pueden afectar la percepción de la credibilidad y la competencia de las mujeres emprendedoras en el ámbito digital.

3.- Acceso a Financiamiento: A pesar de las oportunidades digitales, las mujeres emprendedoras todavía pueden enfrentar desafíos para acceder al financiamiento necesario para hacer crecer sus negocios.

Para superar estos desafíos y maximizar el potencial de los emprendimientos digitales de la mujer, se pueden considerar diversas estrategias:

1.- Educación y Capacitación Digital: Ofrecer programas de capacitación en habilidades digitales y tecnológicas puede cerrar la brecha de conocimiento y empoderar a las mujeres para ingresar al mundo digital.

2.- Mentoría y Redes de Apoyo: Establecer redes de mentoría y apoyo entre mujeres emprendedoras digitales puede brindar orientación y empoderamiento.

3.- Fomento de la Conciencia Digital: Promover la conciencia digital y la alfabetización puede aumentar la participación de las mujeres en la tecnología y los negocios digitales.

Los negocios digitales y los emprendimientos de la mujer son elementos interconectados de una narrativa más

amplia de igualdad de género y empoderamiento. A medida que las mujeres emprendedoras se aventuran en el mundo digital, están forjando su camino hacia un futuro empresarial más equitativo y diverso. Estos emprendimientos no solo generan ingresos, sino que también crean oportunidades para desafiar las normas, influir en la tecnología y cambiar el panorama empresarial en general. Cada nueva empresa digital liderada por una mujer es un recordatorio poderoso de que la innovación y la igualdad pueden coexistir, y que la tecnología puede ser un catalizador para un futuro donde todas las voces se escuchen y todas las oportunidades sean accesibles.

Referencias bibliográficas

- Alvarado Castro, A. Y., & Zamora Delgado, I. C. (27 de abril de 2022). *Factores Claves para la Creación de Negocio Digitales*. Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59463>
- Avendaño Martínez, F. (2023). *Capitalismo y modelos de negocio en la revolución digital y transformación del mercado de trabajo*. Dykinson. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/230129>
- Calle Herencia, C. A. (2022). La transformación digital y su importancia en las pymes. *Iberoamerican Business Journal*, 64-81. <http://dx.doi.org/10.22451/5817.ibj2022>
- Campos Sánchez, S. T., Palma García, Y. V., Cedeño Palacios, C. A., & Campos Sánchez, V. S. (febrero de 2021). Los negocios digitales y su importancia en la era actual. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 1029-1043. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i1.1755>
- Cárdenes Peña, O. A. (2021). Diseño y construcción de un ecosistema digital: estrategias. *Revista Logos Ciencia*

& *Tecnología*, 13(3), 71-85.
<https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>

Cucato Teixeira, J. D., Urdan Torres, A., Kniess Terezinha, C., & De Olive Lima, E. (2017). Ética Empresarial e a postura dos colaboradores na era. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 18(1), 105-123.
<https://www.redalyc.org/journal/5335/533560864004/533560864004.pdf>

Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (25 de agosto de 2021). *Transformación digital de las mipymes: elementos para el diseño de políticas*. Repositorio Digital: <https://hdl.handle.net/11362/47183>

García Medina, V. H., López Navarrete, A. A., & Ospina Usaquen, M. Á. (2020). Modelo de integración de tecnología financiera y mercadeo digital apoyado en la gestión del conocimiento. *Revista Ibérica de Sistema de Información*, 450-462.
<https://www.proquest.com/openview/12f90d8c503b6f7a9b8fe207865e181c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

García More, S. M. (2020). *Incentivos económicos y su incidencia en el desempeño laboral de asesores de negocios de mi Banco, Banco de la microempresa S.A. San Ignacio 2020*. Chachapoyas: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.
<https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2602/Garcia%20More%20Sandra%20oMaril%c3%ba.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

García, F. W. (2020). *Plataformas digitales*. Ediciones Fiscales ISEF. Obtenido de Ediciones Fiscales ISEF. S.A.:
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=P3rtD>

wAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=negocios+digitales
+caracteristicas&ots=syKZPljStT&sig=9Xbq2W4C8
WoCBwaZDcX9ppk4QZM#v=onepage&q=negocios
%20digitales%20caracteristicas&f=false

- Hoyos-Estrada, S., & Sastoque-Gómez, J. D. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid – 19. *Revista Científica de Anfibios*, 3(1). <https://doi.org/10.37979/afb.2020v3n1.60>
- Ibarra Lozano , C. O. (2021). Nuevos modelos de negocios postpandemia. *Revista Jóvenes en la Ciencia*, 4. <http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/7166>
- Islas Torres, C., & Carraza Alcántar, M. (2017). Ecosistemas digitales y su manifestación en el aprendizaje: Análisis de la literatura. *RED. Revista de Educación a Distancia*, 1-13. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54754072009>
- Lázaro Gaspar, J. (2021). *El fin de la INERCIA: de la Revolución a la Protopía Digital. Origen, evolución e impacto del nuevo paradigma tecnológico, social y empresarial*. Independently Published.
- Madero Gómez, S. M. (2020). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores. *Acta Universitaria*. <https://doi.org/10.15174/au.2019.2153>
- Martí-Noruega, J. J. (2020). Sociedad digital: gestión organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 394-399. <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559021/29063559021.pdf>

- Moro, S. M., & Fernández, C. J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias digitales*. Madrid: ESIC.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hh0DEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA28&dq=negocios+digital+es+concepto&ots=g3ZzXo2Ywy&sig=EgcFh8G6XYjqqzPJWMmpVlQKoMU#v=onepage&q=negocios%20digitales%20concepto&f=false>
- Nañez Alonso, S. L., & Reier Forradellas, R. F. (2022). *Digitalización de empresas y economía: tendencias actuales*. Dykinson.
<https://elibro.net/es/lc/ulead/titulos/227592>
- Ordaz Celedón, M. A., & Martínez, M. L. (2021). Dimensiones de los negocios digitales a partir de modelos exitosos establecidos. *Revista de Investigación en Ciencias Contables y Administrativas*, 6(2), 6.
<https://ricca.umich.mx/index.php/ricca/article/view/63/69>
- Ortiz Espinoza, W. D., & Paredes Romero, J. R. (2022). *Las características del emprendedor en el posicionamiento de las startups y PYMES*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/664290/Ortiz_EW.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ortiz Molina, A. (2021). *Factores clave de éxito en la creación de un modelo de negocio ecommerce de servicios y productos digitales*. Bogotá: Universidad EAN.
<https://www.file:///C:/Users/HP%20AMD/Downloads/OrtizAngela2021.pdf>

- Palacios Marqués, D. (2022). *Negocios Digitales*. Ediciones Pirámide.
<https://www.tagusbooks.com/leer?isbn=9788436845945&li=1&idsource=3001>
- Perdigon Llanes, R. (2020). Estrategia digital para potenciar la gestión comercial de las cooperativas agropecuarias cubanas. *Cooperativismo y Desarrollo*, 8(1), 33-44.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310-340X2020000100033&script=sci_abstract&tlng=pt
- Perdigón Llanes, R., Viltres Sala , H., & Madrigal Leiva, I. R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2227-18992018000300014&script=sci_arttext&tlng=en
- Pinzón Vigoya, C. (15 de mayo de 2020). *Transformación digital del modelo de negocio*. Universidad de La Sabana:
<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/42982/Proyecto%20Grado%20Christian%20Pinzon%20VFinal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rego Jauregui, M. (2021). *Modelos de negocio de la producción de contenidos interactivos en Medoza*. Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de comunicación Audiovisual y Publicidad. (UAB) Universidad Autónoma de Barcelona.
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/674342/mdlprj1de1.pdf;jsessionid=ECEB5A5ECC5286684B5E5D99EB7D128A?sequence=1>
- Reyes Maria, A. M., Castillo Cortés, J., Guerrero Quintero, L. N., & Caro Narváez, O. V. (2018). *Estrategias*

Digitales para Negocios. Bogotá: Universidad del Rosario.

Roa Jiménez, M. (2020). *Marketing Digital en los Negocios*. Universidad Nacional de Piura: <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20500.12676/2409/FCAD-ROA-JIM-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez Aristi, Á., Mendieta Aragón, A., & Arguedas Sanz, R. (2023). *El sector financiero en la era digital: datos, digitalización y descentralización: las 3D de la nueva banca*. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://elibro.net/es/lc/ulead/titulos/228805>

Torres, A. (2022). *Emprende en digital: Diseña y valida tu startup*. Bogotá: ESIC Editorial. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=stavEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=emprendedor+digital+nuevas+amenazas&ots=S3zRt_BpEF&sig=wnyzXotB99bj30VXeLJUPSSBhjU#v=onepage&q=emprendedor%20digital%20nuevas%20amenazas&f=false

Ing. María del Mar Hidalgo Cedeño, MBA.

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) Extensión Bahía de Caráquez. Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Magíster en Administración de Empresas. Magíster en Contabilidad y Auditoría. Investigadora - acreditada auxiliar 2 por la SENESCYT (REG-INV-23-06204). Doctorante de la Universidad de Alicante (España). Miembro de proyectos de investigación y de vinculación con la sociedad y de investigación. Autora y coautora de artículos científicos.

Ing. Miguel Alberto Romero Zambrano, MBA.

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) Extensión Bahía de Caráquez. Ingeniero Comercial. Magíster en Administración de Empresas. Magíster en Contabilidad y Auditoría. Investigador - acreditado auxiliar 2 por la SENESCYT (reg-inv-22-05579). Doctorante de la Universidad de Alicante (España). Miembro de proyectos de investigación y de vinculación con la sociedad y de investigación. Autor y coautor de artículos científicos.

Ing. Gema Viviana Carvajal Zambrano MBA-MKT

Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) Extensión Bahía de Caráquez. Ingeniera Comercial mención proyectos de inversión. Magíster en Administración de Empresas con mención en Marketing. Diplomado en Marketing (Universidad de Guadalajara, México). Diplomado en Marketing Digital (Universidad De Especialidades Espíritu Santo). Investigadora - acreditada agregada 1 por la SENESCYT (reg-inv-16-01656). Doctorante de la Universidad de Matanzas (Cuba). Líder de proyectos de vinculación con la sociedad y de investigación. Autora y coautora de artículos científicos.

Ing. Frank Ángel Lemoine Quintero, Mg.

Nacido en Cuba, el 17 de mayo 1964 en la ciudad de Baracoa provincia Guantánamo. Ejerce como docente desde el año 1998 hasta el 2009 en la Universidad de Oriente, en la carrera de Ingeniería Eléctrica en la ciudad de Santiago de Cuba, Cuba. Actualmente se desempeña como docente titular agregado 3 en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía de Caráquez. Provincia Manabí, Ecuador. Colabora en la carrera de Marketing, Mercadotecnia y Administración de Empresa. Máster en Administración de Negocios. Investigador AGREGADO 1 acreditado por la SENESCYT. Autor y coautor de libros tales como: Del cliente al proveedor. Gestión efectiva para negocios minoristas, Los indicadores de gestión como estrategia de sostenibilidad en la actividad comercial, entre otros. Autor y coautor de artículos científicos producto de investigaciones dentro de sus funciones como investigador, líder y colíder de proyectos I+D+i.

Ing. Luis Miguel Mejía Ruperti, MBA.

Magister en Administración de Empresas con mención en Mercadotecnia de la Universidad de Guayaquil y la Universidad de Guadalajara, Diplomado en Marketing en el centro universitario de ciencias económico-administrativas de Guadalajara, Ingeniero en Marketing de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí. Docente investigador agregado acreditado por Senescyt. Docente titular de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí.

ISBN: 978-9942-33-751-1



9

7 8 9 9 4 2 | 3 3 7 5 1 1

compAs
Grupo de capacitación e investigación pedagógica



@grupocompas.ec

compasacademico@icloud.com