



**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Tema:**

**“DIAGNÓSTICO DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DEL SECTOR  
COMERCIAL EN LA PARROQUIA PASCUALES DEL CANTÓN  
GUAYAQUIL”**

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA  
OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES.

**Autor:**

Giuliana Giselle Villavicencio Freire

**Tutor:**

José Macuy

**SAMBORONDÓN, Febrero 2014**

## **Dedicación**

A mi madre Carmita y abuela Blanquita, que son las mujeres más importantes en mi vida, mi apoyo incondicional, mis pilares, las creyentes en mis capacidades de mujer perseverante y triunfadora, ahora con mas razón y orgullo de este peldaño alcanzado, que para ellas es el comienzo.

Las amo

## **Agradecimiento**

A mi tutor Ing. José Macuy que con su experiencia supo guiarme para desarrollar este trabajo de titulación, al igual que a mi enamorado, Alfredo Camacho, por contribuir y lograr que culmine con éxito la elaboración de esta tesina.

# INDICE GENERAL

CAPITULO I .....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.    Antecedentes del emprendimiento Femenino.....	1
1.2.    Diagnóstico Situacional de la parroquia Pascuales.....	2
1.3.    Objetivos de la investigación .....	7
1.4.    Justificación e importancia de la investigación.....	8
CAPÍTULO II.....	9
ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO .....	9
2.1.    Marco Referencial - Perfil del Emprededor .....	9
2.2.    Marco Conceptual.....	18
2.3.    Yanbal - Contexto del modelo de negocio.....	22
2.4.    Yanbal - Magnitud del modelo de negocio .....	23
2.5.    Yanbal - Impacto del modelo de negocio .....	25
2.6.    Yanbal – Situación Actual.....	45
CAPÍTULO III.....	48
METODOLOGÍA .....	48
3.1.    Metodología de análisis .....	48
3.2.    Definición del Universo de la parroquia Pascuales.....	50
3.3.    Segmentación del mercado de la parroquia Pascuales .....	60
3.4.    Muestra de Mujeres Emprendedoras.....	63
CAPÍTULO IV.....	74
PROPUESTA DE MEJORAMIENTO .....	74
4.1.    Cuadro comparativo Social: Mujeres Emprendedoras de Pascuales vs. Yanbalistas.....	74
4.2.    Cuadro comparativo Económico: Mujeres Emprendedoras de Pascuales vs. Yanbalistas.....	75
CAPITULO V .....	78

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
5.1. Conclusiones .....	78
5.2. Recomendaciones: acciones complementarias.....	81
BIBLIOGRAFÍA .....	83
ANEXOS .....	85

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Población por Sexo.....	50
Tabla 2.- Población según grupos de edad .....	51
Tabla 3.- Estado conyugal de personas de 12 años y más .....	51
Tabla 4.- Nivel de población de 15 años y más .....	52
Tabla 5.- Población económicamente activa de 10 años y más .....	53
Tabla 6.- Población económicamente activa de 10 años y más – Grupos de edad .....	54
Tabla 7.- Población económicamente activa de 10 años y más – Tipo de actividad .....	54
Tabla 8.- Población económicamente activa de 10 años y más –Rama de actividad.....	55
Tabla 9.- Población ocupada de 10 años y más – Grupo de ocupación.....	57
Tabla 10.- Población ocupada de 10 años y más – Categoría de ocupación .....	58
Tabla 11.- Población económicamente inactiva de 10 años y más - Sexo.....	58
Tabla 12.- Población económicamente inactiva de 10 años y más – Grupos de edad .....	59
Tabla 13.- Población según grupos de edad - Mujeres.....	60
Tabla 14.- Nivel de población de 15 años y más (Mujeres) – Nivel de instrucción .....	61
Tabla 15.- Población económicamente activa de 10 años y más - Mujeres .....	62
Tabla 16.- Población económicamente inactiva de 10 años y más - Mujeres .....	62
Tabla 17.- Pedidos tipo \$140 .....	26
Tabla 18.- Pedidos tipo \$170 .....	27
Tabla 19.- Pedidos tipo \$240 .....	28
Tabla 20.- Pedidos tipo \$300 .....	28
Tabla 21.- Directoras y consultoras por Barrios en Pascuales .....	45
Tabla 22.- Auto ganado en Pascuales .....	46
Tabla 23.- Ventas promedio de directora por barrios .....	47

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1.- Edad fluctuante.....	64
Ilustración 2.- Nivel de instrucción .....	65
Ilustración 3.- Jefe de hogar.....	65
Ilustración 4.- Motivos de emprendimiento .....	66
Ilustración 5.- Inversión de emprendimiento .....	66
Ilustración 6.- Financiamiento .....	67
Ilustración 7.- Ámbito del Negocio .....	68
Ilustración 8.- Tiempo de emprendimiento .....	68
Ilustración 9.- Tiempo al Negocio .....	69
Ilustración 10.- Apoyo familiar.....	69
Ilustración 11.- Negocios secundarios .....	70
Ilustración 12.- Ingreso Mensual .....	70
Ilustración 13.- Utilidades del emprendimiento .....	71
Ilustración 14.- Aportes de ingreso al hogar.....	71
Ilustración 15.- Destino de ganancias .....	72
Ilustración 16.- Ventas por catálogo .....	73
Ilustración 17.- Consultora de Yanbal.....	73
Ilustración 18.- Escalera del éxito – Bloque consultoras estrellas .....	32
Ilustración 19.- Estructura estrella 1.....	33
Ilustración 20.- Estructura estrella 2.....	33
Ilustración 21.- Estructura estrella 3.....	34
Ilustración 22.- Estructura estrella 4.....	34
Ilustración 23.- Multiplicación de consultoras para ascenso a directora .....	35
Ilustración 24.- Escalera del éxito Yanbal .....	39

## **RESUMEN**

En el presente estudio se realiza un análisis del diagnóstico del emprendimiento de la mujer que habita en la parroquia Pascuales, específicamente en el sector comercial de la avenida principal donde se concentra el desarrollo económico de la zona.

Para obtener la información se utiliza la metodología de investigación concluyente, métodos cuantitativos a través de encuestas; también investigación exploratoria, método cualitativo con técnicas de observación y entrevistas, este trabajo se apoya de los estudios de mercado realizados por fuentes como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, y además de fuentes propias, así también sobre el estudio del modelo de negocio de Yanbal, comparaciones sociales y económicas, que demuestren la rentabilidad de los emprendimientos convencionales comparados con el emprendimiento de Yanbal, refiriéndose siempre al sector comercial de Pascuales.

Los resultados que arroja la investigación sobre este segmento femenino, muestra la calidad de vida que llevan las emprendedoras de Pascuales, trabajando por jornadas diarias con una carga horaria más de la que normalmente se trabajan y obteniendo ingresos medianamente razonables como para cubrir necesidades básicas de su familia.

El modelo de negocio que propone Yanbal permite trabajar con menos carga y con mayores ganancias económicas, beneficios adicionales y resultados a la vista que no solo benefician a la consultora o directora yanbalista, sino que permite la oportunidad de crecimiento y desarrollo brindándoles lo mismo a otras mujeres.

Se concluye, que el negocio ya existente de la emprendedora convencional con el de Yanbal, podrían complementarse para adicionar ingresos interesantes a su economía, ya que la venta directa y el multinivel no requieren de grandes inversiones y no deja de ser una buena propuesta para ganancias extras



# INTRODUCCIÓN

La mujer a través del tiempo ha asumido diferentes roles en su vida, roles tales como hija, esposa, madre, ama de casa, y también como trabajadora abriendo campo a su vida profesional y laboral. En el tema laboral, algunas han conseguido y se desempeñan en trabajos con relación de dependencia, mientras otras han decidido emprender por decisión propia para obtener sus ingresos económicos, independizarse y con la finalidad de mejorar su calidad de vida y beneficiar a los que la rodean, ya sean familiares o personas allegadas a ellas.

Las mujeres de sectores urbano marginales de Guayaquil, por su bajo índice de educación y preparación académica las limita a ser contratadas por grandes compañías para que participen dentro de su fuerza laboral en áreas que conciernan al funcionamiento eficiente del negocio; por ello se han visto casi obligadas a buscar o crear un trabajo propio en el que ellas sean las dueñas y crezcan a medida de que ellas lo deseen.

Una de las empresas que ha apoyado a la mujer es Yanbal en Ecuador, que hace 35 años inicio su giro de negocio de venta por catálogo con la finalidad de contribuir al desarrollo de las mujeres del país, brindándoles la oportunidad de independencia económica y reconocimientos por su trabajo realizado. Aportando a la economía familiar y al desarrollo personal y profesional de cada una, mejorando su nivel de vida y la de los suyos.

Ante esta situación actual de la mujer, este trabajo de titulación propone que la mujer se independice económicamente, cree fuentes de ingresos para ella y su familia y a su vez que beneficie a terceros por su labor. También que se reduzca la pobreza por medio de una alternativa como el emprendimiento. O a través del modelo que

propone Yanbal, creando un negocio que fomente la inclusión de mujeres de diferentes estatus socio-económico, les dé una vida digna y aumenten sus posibilidades para tener éxito.

En dicho contexto el objetivo general de esta tesina es determinar el impacto económico y social que genera el trabajo de las mujeres emprendedoras, de la Parroquia Pascuales de Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal.

Y dentro de los objetivos específicos están: primero, diagnosticar los ingresos que generan las mujeres productivas de la Parroquia Pascuales de Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal. Dentro de este objetivo se van a mostrar estadísticas de encuestas realizadas concretamente a las mujeres emprendedoras de la zona donde se refleje los ingresos económicos que obtienen gracias a sus negocios propios, así mismo la obtención de información sobre todo lo que concierne a su emprendimiento que va a servir para el diagnóstico posterior. Se va encontrar dentro de este trabajo el término “pascualeño” que se referirá a los habitantes de la parroquia Pascuales, sitio del diagnóstico de estudio.

Como segundo objetivo se plantea analizar los ingresos y mejora económica social de las mujeres de este sector que utilizan el modelo de negocio de Yanbal. El propósito de este objetivo es revisar la influencia de Yanbal como negocio de venta directa y multinivel en las mujeres de esta zona de Pascuales. De esta manera, se puede realizar la comparación socio económica entre emprender bajo el modelo de negocio de Yanbal versus emprender con un negocio convencional o los que ya poseen las mujeres de este sector comercial de la parroquia Pascuales. Se obtendrán las conclusiones sobre cual ha impactado más de forma positiva en ellas y que opción sería mejor económicamente. O en el caso de existir la posibilidad que Yanbal sea un complemento e ingreso adicional a su ya negocio existente. Dentro de este trabajo se

encontrará el término “yanbalista” en el que se va a denominar a las mujeres que trabajan bajo el modelo de negocio de yanbal, también llamadas consultoras y conocidas comúnmente como vendedoras.

Y por último, como tercer objetivo está el recomendar acciones complementarias para la sostenibilidad de sus ingresos y mejora de la calidad de vida. El fin del trabajo es que la mujer emprendedora realmente tenga éxito en lo que haga, en lo personal, profesional y económico. Los estudios podrían reflejar que sus mayores ingresos se dan por su negocio ya creado o como podrían ser mejores aún si implementan también el modelo de negocio de Yanbal o lo manejan por sí solo, las opciones pueden ser más amplias todavía. Pero lo que busca el tercer objetivo es que la sostenibilidad de sus ingresos perdure en el tiempo y que vayan en incremento, tomando medidas y acciones complementarias que contribuyan a su desarrollo, acciones que se describirán al concluir el estudio general a realizar.

Al lograr esto se habrá encontrado el resultado de la tesina al comprobar el impacto económico y social que ha generado el trabajo de las mujeres emprendedoras y productivas en su labor del lugar de estudio, Parroquia Pascuales de Guayaquil, en el sector comercial de la Avenida Principal llamada Montecristi o 28 de Agosto.

# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Antecedentes del emprendimiento Femenino

El antecedente en el que se desarrolla el problema inicia describiendo la situación y el ambiente en el que se desenvuelve la mujer, a defender la igualdad de derechos que le corresponden y ganar un espacio dentro de la sociedad teniendo las mismas condiciones y oportunidades de incorporarse a actividades productivas en las que pueda auto superarse. La discriminación de género por ser mujeres y no creerlas capaces de poder hacer lo mismo que hace el hombre, o por la edad que se cree ya no pueden desempeñarse de la misma manera, por tener otra etnia, cultura, educación o discapacidad y entre otras “limitaciones”, son dificultades y barreras para ingresar a laborar a empresas que buscan emplearlas. De ahí se derivan las causantes principales que son la falta de preparación académica, conocimiento de información, falta de apoyo del gobierno para fomentar el empleo y las consecuencias que estos arrojan.

El hecho de encontrarse sin trabajo por la situación antes mencionada, desata el problema del desempleo; específicamente las mujeres desempleadas que tienen la predisposición de pertenecer a la población económicamente activa y que sin embargo no logran hacerlo, limitan al acceso de los recursos económicos que desearían tener. El desempleo a su vez genera otros problemas sociales, entre ellos los hogares con bajos ingresos, ya que solo perciben dinero del jefe del hogar en el caso de que este trabaje, sino simplemente tienen que ver cómo viven su día a día, la situación asegura su permanencia en la base de la pirámide, donde a diario subsisten con un limitado ingreso de dinero, no tienen independencia económica, lo cual resume todo en pobreza.

Entonces, si la mujer es impedida de laborar y tiene dificultades para ingresar a trabajar, lo cual las ubica en condición de desempleadas, y al no tener un empleo, no tienen ingresos económicos, pasan por necesidades básicas que culminan en el estatus de pobreza. Y lo que se busca es alternativas de solución a toda esta cadena social, lo ideal es la creación de un negocio que fomente la inclusión de mujeres que genere empleo, formación profesional, desarrollo personal y obtención de recursos económicos. Y una de las propuestas es el emprendimiento.

El emprendimiento femenino como medio de solución a la problemática, promueve e incentiva al trabajo independiente, donde la actividad que vayan a ejercer impacte positivamente beneficiándolas tanto a ellas como creadoras de la idea de empezar un negocio, a sus familias y su comunidad. La mujer emprendedora es vista en su sector como uno de los principales impulsores de la economía local, generando riqueza y bienestar para ellos y para los que la rodean. Si bien es cierto, ella decide ofertar ya sea un producto o servicio, está satisfaciendo necesidades de otros y obteniendo lucro por esa actividad. La decisión de emprender la toman ellas, está en el espíritu de superación de cada uno de elegir si desea mejorar su nivel de vida y la de los suyos.

## **1.2. Diagnóstico Situacional de la parroquia Pascuales**

Pascuales pertenece a las 16 parroquias urbanas del cantón Guayaquil, que fue aprobada como tal por el Alcalde de la ciudad debido al notorio progreso que estaba teniendo, además de categorizarlo como un sitio de interés turístico, el cual tiene 120 años de parroquialización y está integrado al perímetro urbano, situado al norte de Guayaquil.

Este sector se mantiene del comercio, a pesar de que aun tiene necesidades y carencias a la vista. Pascuales es reconocido por su gastronomía y tricimotos que transitan por la avenida principal llamada Montecristi o 28 de Agosto, y que a inicios de los años 60 se hizo famoso por las fiestas de fines de semana donde los visitantes de Guayaquil y de zonas aledañas, disfrutaban de las agrupaciones musicales de todo el país que se daban cita en la parroquia para acompañarlo también del típico caldo de manguera y fritada.

Hasta la actualidad, su mayor área comercial se concentra en la avenida principal de este sector, negocios emprendidos por mujeres, hombres, parejas de esposos, o heredado de generación en generación. Lo importante es que esta zona vive del comercio y gente emprendedora que activa la economía del sector y hace que este sea un gran aporte para el desarrollo de la ciudad.

Según la redacción del *Diario El Universo*, en Junio del 2004, los 68 locales de la calle Montecristi se comprometieron a mejorar los servicios que ofrecían a los turistas que llegaban a Pascuales, la música a alto volumen consideraron que podía llegar a ser incómodo para ellos y no poder comunicarse por el tiempo que pasaban en este lugar de esparcimiento, el movimiento de la avenida principal Montecristi viene desde hace más de 30 años.

En la última década las ventas de los negocios han decrecido según los comerciantes, ya no hay mucha presencia de turistas lo cual preocupa a todos los de la zona porque significa menos ingresos económicos. Bajo estas circunstancias los moradores propusieron un cambio de actitud frente a los clientes y en cuanto a la calidad de servicio, producto e imagen del establecimiento. Y es así como en el 2004, 60 comerciantes se reunieron para

comenzar a plantear las estrategias para modificar las falencias, que dentro de ellas también se suma la inseguridad de la zona.

En la avenida principal de Pascuales, llamada Montecristi o 28 de Agosto, existen 135 establecimientos comerciales, entre los que figuran restaurantes, tiendas, peluquerías, farmacias, bazares, entre otros. De los 135 negocios que se pudo contar presencialmente a través de observación directa, solo 42 pertenecen a mujeres según encuestas realizadas en días y horarios diferentes, y las cuales se detallarán más adelante.

A continuación se enumeran los nombres de los locales que se encuentran a lo largo de la avenida principal. Ingresando a Pascuales desde la avenida Francisco de Orellana se observan los locales a partir de la calle Santo Domingo hasta la calle Salitre, sector comercial, donde existen 72 negocios en esa acera y son los siguientes en su orden como se encuentran:

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 1. Farmacia Cruz Azul                 | 13. Video sin nombre                        |
| 2. Videos sin nombre                  | 14. Peluquería sin nombre                   |
| 3. Ferretería sin nombre              | 15. Restaurante asadero Flami<br>pollo      |
| 4. Bazar sin nombre                   | 16. Panadería buen pan                      |
| 5. Tienda sin nombre                  | 17. Picantería Carlitos                     |
| 6. Reparación de<br>electrodomésticos | 18. Colchones bendiciones de<br>Dios        |
| 7. Picantería sin nombre              | 19. Fuente de soda de Fily                  |
| 8. Tienda sin nombre                  | 20. Picantería Piedacita                    |
| 9. Peluquería sin nombre              | 21. Tienda sin nombre                       |
| 10. Cyber chat                        | 22. Productos naturales primero tu<br>salud |
| 11. Gabinete de belleza Clarita       |   |
| 12. Jhender Yogurt                    |   |

23. Peluquería Mayte
24. Bazar sin nombre
25. Cabinas sin nombre
26. Laboratorio clínico Dayana
27. Tienda sin nombre
28. Wilson Bar
29. Anghelo´s yogurt burger
30. Frigorífico Regalo de Dios
31. Picantería Odalys
32. Tienda sin nombre
33. Peluquería de Lolis
34. Funeraria Niño Divino
35. Tienda sin nombre
36. Venta de ropa sin nombre
37. Despensa y cabinas Claro
38. Maxi moda ropa
39. El gran remate todo x 0.50ctvs
40. Billar sin nombre
41. Picantería sin nombre
42. Bazar sin nombre
43. Comercial Multimotos
44. Farmacia Sana Sana
45. Venta de ropa sin nombre
46. Servicio técnico
47. Chifa Tian Yuan
48. Restaurante sin nombre
49. Yogurt de Carol
50. Om mi moto repuestos
51. Plásticos Polo
52. Panadería y pastelería La Favorita
53. Mega remate Todo x 50ctvs
54. Picantería Verónica
55. Su ferretería
56. La esquina de ales
57. Tienda sin nombre
58. Chifa Dahua
59. Asadero Pedernales
60. Tarjetas Claro
61. Comercial muebles Zambrano
62. Tienda sin nombre
63. Heladería sin nombre
64. Frutería sin nombre
65. Vulcanizadora
66. Picantería Aquí es Roberto
67. Farmacia Nueva Inglesa
68. Yogurt Sandeli
69. Policlínico Divino Niño
70. Panadería Le Gourmet
71. Carnicería sin nombre



Así mismo, en la acera contraria partiendo de la calle Salitre hasta la calle Santo Domingo, existen 63 negocios comerciales que se describen a continuación en el orden que se los encuentra:

1. Despensa Daniel
2. Despensa Ariel
3. Peluquería sin nombre
4. Cyber Arom
5. Restaurante el Secreto de verde
6. Mini bazar Divino Niño
7. Farmacia Cruz Azul
8. Ensalada Los Manabas
9. Deposito Buen Dato
10. Cantina sin nombre
11. Farmacia Nueva Inglesa
12. Consultorio dental
13. Barber Shop Clasic Flow
14. Deposito La Excelencia
15. El Remate El Surtidito
16. Fritaderia El Hornadito
17. Farmacia 911
18. El Buen Sabor Manabita
19. Tienda sin nombre
20. Panadería Súper Pan
21. Distribuidor Claro
22. Peluquería sin nombre
23. Súper Tía
24. Britahani venta de ropa
25. Artefacta
26. Video Alison
27. La Ganga
28. Consultorio Dental San Martin
29. Mini Comisariato
30. Parrillada Helen's
31. Peña Helen's
32. Fritada sin nombre
33. Picantería La Única Colorada
34. Tienda sin nombre
35. Comercial colchones Canela
36. Zapatería sin nombre
37. Picantería Arturito
38. Video club MK
39. Bazar sin nombre
40. Picantería Mesón Dorado
41. El medio dólar, artículos varios y de bazar
42. Fotografía digital Súper Imagen

- |   |                              |
|---|------------------------------|
| 43. Tienda sin nombre                             | 53. Pollos a la brasa 4R     |
| 44. Restaurante sin nombre                        | 54. Fritada si nombre        |
| 45. Comidas rápidas Danikris                      | 55. Chifa Paraíso            |
| 46. Venta de ropa sin nombre                      | 56. Chifa Ken                |
| 47. Zapatería sin nombre                          | 57. Zapatería sin nombre     |
| 48. Restaurante sin nombre                        | 58. Minimarket Amy           |
| 49. Zapatería sin nombre                          | 59. Ferretería Amy           |
| 50. Restaurante sin nombre                        | 60. Tienda sin nombre        |
| 51. Venta de ropa carteras y<br>varios sin nombre | 61. Fritada Rica restaurante |
| 52. Farmacia 911                                  | 62. Cyber Station Sandoval   |
|   | 63. Tienda bazar sin nombre  |

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General:**

Determinar el impacto económico y social que genera el trabajo de las mujeres emprendedoras del sector comercial de la Parroquia Pascuales del cantón Guayaquil.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos:**

1. Diagnosticar los ingresos que generan las mujeres productivas de la Parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal.
2. Analizar los ingresos y mejora económica social de las mujeres de este sector que utilizan el modelo de negocio de Yanbal en la parroquia Pascuales.

3. Recomendar acciones complementarias para la sostenibilidad de sus ingresos y mejora de la calidad de vida de las emprendedoras de la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil.

#### **1.4. Justificación e importancia de la investigación**

La importancia de este trabajo contribuye a determinar como el emprendimiento ha sido una estrategia para el desarrollo de la mujer que habita en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, analizando y diagnosticando el entorno en el que ellas se desenvuelven productiva y comercialmente. Se justifica el estudio de esta zona, porque hay mujeres emprendedoras dentro de Pascuales que tienen sus negocios propios y los resultados de autodesarrollo que han obtenido a lo largo del tiempo con sus microempresas no son los óptimos en relación a trabajos o emprendimientos que han iniciado mujeres en otros sectores de la ciudad los cuales muestran su crecimiento a la vista.

La propuesta que se realiza a través del trabajo de investigación es que posterior a analizar el campo de acción en el que ellas se desenvuelven, el giro de su negocio, si es que los ingresos que están teniendo son rentables versus la inversión de tiempo y dinero, y otras variables más que determinan si sus micro emprendimientos han sido modelos exitosos y han dado resultados en un determinado tiempo, o hay que tomar medidas de mejoramiento u opciones alternas que complementen a su negocios y que estos sirvan y trabajen en un mejor desarrollo para su microempresa.

A su vez, es importante justificar la presencia e influencia que Yanbal como negocio de venta directa y multinivel ha ejercido sobre las mujeres del sector y sus familias, evaluar que tan bueno resulta este modelo de negocio y diagnosticar si puede servir de apoyo para la mejoría personal, profesional y económica de los negocios de las señoras que trabajan con sus emprendimientos en la zona.

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

#### 2.1. Marco Referencial - Perfil del Emprededor

El desarrollo socioeconómico es un factor principal en la actualidad, más para los países que no han alcanzado un pleno desarrollo. Las millones de personas desempleadas hacen que la sociedad vea a los emprendedores como un medio de solución a los inconvenientes que pasan en el medio, esto exige a que más gente empiece a descubrir su actitud emprendedora en pro de mejora de la comunidad, de su familia y de todos.

Según la RAE se define a emprender como “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. El emprendimiento es una manera proactiva que en conjunto con la acción de hacer, saber y la conciencia, hace posible que las personas se establezcan metas, hagan propuestas y tomen la iniciativa donde aprovechen las oportunidades que ofrece el entorno.

Preguntar el motivo por el cual la mujer trabaja, es algo sin sentido; prácticamente lo hacen por el mismo motivo que lo hace el hombre. En la actualidad, las necesidades básicas de comer, educarse, vestirse, tener un lugar donde vivir la tienen todos indistintamente del género, además por cuestión de autoestima, superación, interacción con la sociedad, descubrir las habilidades y sentirse útiles, son situaciones normales que sienten las mujeres por cumplir y luchar a diario para superarlo y demostrar que pueden incorporarse al mundo laboral sin problemas.

Los autores Goffe y Scase en 1985 describieron diferentes tipos de mujeres en el ámbito empresarial sobre cómo se han adherido en el emprendimiento y la aceptación que esto ha tenido en cuanto a la condición de géneros. Primero están las empresarias convencionales, que por necesidad económica se ven en el deber de tener un negocio para prevenir cualquier eventualidad. Las empresarias domésticas, son las que se dedican a emprender porque buscan su desarrollo personal y destacar su autoestima, no son partidarias a los valores de los emprendedores. Las empresarias innovadoras, se identifican con los valores del emprendedor, mujeres profesionales y que tienen altas aspiraciones de obtener éxito a nivel personal a través de su éxito en los negocios, que al ser innovadoras han encontrado obstáculos para desarrollarse en grandes compañías y por ende deciden emprender su propio negocio. Y por último, están las empresarias radicales que tienen una posición feminista y no aceptan los roles de género y ven al negocio como el vínculo que las hará posicionar en la sociedad.

Para tener éxito se debe determinar prioridades y proceder de acuerdo a ellas, las emprendedoras antes que todo deben saber dirigir su propia vida; saber que su rol de esposa y madre no es una barrera para continuar con su vida profesional. Para esto el saber dedicar el tiempo correspondiente a la familia, hobbies y distracciones, y el tiempo correspondiente al trabajo, evita en gran medida mezclar situaciones y momentos que le compete a cada uno. Para ayudar a desarrollar profesionalmente a las mujeres no es un requisito que permanezcan todo el tiempo dentro de la empresa, siempre puede hacerse algo desde casa, lo que contribuye a que se mantenga el entorno familiar. Un recurso escaso es el tiempo y organizarlo para que alcance en todos los aspectos personales y profesional es posible si se maneja una buena gestión, con una agenda organizada y diferenciando lo urgente de lo importante.

No es fácil para la mujer emprendedora llegar a todo y hacerlo bien, porque puede desatar problemas de tensión, agotamiento y frustración; lo ideal es tener a su alrededor gente capaz que apoyen siendo esta la familia uno de los principales motores para la actividad que realice. Y de esta manera se optimiza tiempo, para dedicarse a asuntos importantes y no urgentes, así como en la toma de decisiones. Aprender a delegar de forma correcta disminuye la carga que la persona tiene que asumir por así decirlo, hay tres diversos motivos por el cual hacerlo: la cantidad de trabajo que imposibilita a la mujer a poder abarcarlo todo en su totalidad, también motivar a los demás dándoles la responsabilidad de un cargo, y por ultimo como un medio para ayudar al desarrollo de los demás. (Chinchilla, 1999).

La ocupación en el sector microempresaria, especialmente la de las mujeres, va en incremento como un camino para que produzcan sus ingresos propios, que tengan condiciones de trabajo mucho mejores al igual que sostener una vida digna. Pero para que ese potencial pueda ser explotado, se necesita de políticas que trabajen en las limitaciones existentes entre ellas y ayuden a desplegar sus capacidades económicamente.

Cuando la mujer ingreso al campo laboral, fue el primer paso para dinamizar su empoderamiento económico y una vía para su independencia y autonomía. Aunque, las desigualdades entre mujeres y hombres en el mercado laboral, la obtención de créditos, recursos productivos, en los ingresos y repartición de las riquezas son limitantes, estas impiden la eficiencia de la producción en la sociedad. (Valenzuela, 2005).

Para los bancos no es rentable otorgar pequeños créditos y por esto en el mundo entero ahora es posible gracias a los programas de microcrédito, los cuales sirven de apoyo para las personas que tiene bajos ingresos económicos y

especialmente a las mujeres, donde no necesitan de garantía para acceder a este. (Chinchilla, 1999).

El espíritu de emprendimiento hace que la persona no espere sino que ponga en acción lo que sabe y piensa, que trabaje y haga las cosas con la que se siente a gusto, poniendo en práctica sus habilidades. Todos llevamos a un emprendedor por dentro, alguno en forma pasiva, pero es posible ponerlo a funcionar viendo el diario vivir y sus actividades en las que poniéndole interés y predisposición se pueden llevar a cabo. El poder de la mente y la actitud de logro, optimismo y éxito, determina lo que quieres para la vida dependiendo el espíritu que se tenga hacia ella, eso hará notar la diferencia entre las personas que logran más y las que logran menos. Al finalizar un día de trabajo, se reflejara en cada labor la actitud y voluntad que se impuso frente a este, lo cual determinara el éxito o fracaso de las actividades. Hay que estar abierto a las críticas bien intencionadas, y atraer lo bueno para que sucedan cosas buenas, tener el control sobre la mente y cambiar de actitud para que se haga realidad lo que tanto se quiere.

Lograr el desarrollo económico, especialmente para la mujer y tener independencia, debe tomar la decisión y elegir si va a emprender para mejorar su calidad de vida o continuar con las necesidades por las que atraviesa. Para emprender lo que se necesita tener es la actitud, ese espíritu que impulsa a hacer las cosas, ese don que nos da la fuerza para actuar. Y la verdadera actitud es la que se impone para cumplir y hacer que pase lo que ha soñado e imaginado. La autorrealización es lo que todos buscan tener y llegar a ser, el emprender lleva la actitud de querer mejorar buscando la excelencia, hace a la persona imaginativa, innovadora, se traza objetivos y se apasiona para llegar a cumplirlos. Siempre viendo hacia adelante y la vía que asegure al éxito. La felicidad es un motor que buscan continuamente, tanto hombres como mujeres.

El propósito del emprendedor es producir y distribuir correctamente la riqueza, y esto es una oportunidad como una vía para mejorar integral y continuamente, buscando el logro y satisfacción como objetivo principal. La actitud de emprender sería perfecta si se la implementa dentro de la vida del hombre, resultaría un mundo con un progreso más equilibrado si se diera. Aunque algunos piensen que no tienen la capacidad para hacerlo, es cuestión de descubrirlas porque si lo realizan encontrarían sin duda mejores oportunidades que le convengan de trabajo.

La determinación fija el camino por el que el líder emprendedor va, encontrándose con obstáculos pero siempre anteponiendo los sueños que lo motivan para luchar y llegar al final. La confianza y seguridad en sí mismo es lo que le permite avanzar, el dominio de sus actos y el ánimo, son condiciones que conducen al éxito. Y la felicidad lo hace sentir realizado a todo ser humano que está en busca de su vida plena, la actitud emprendedora está ligada al líder que está motivado a lograr sus metas.

El liderazgo es un don innato en algunos que aunque es difícil de lograr, pueden encontrarse fácilmente. En todo el mundo hay líderes que nos rodean y que gracias a sus decisiones pueden mejorar o empeorar situaciones, sirviendo a la sociedad y manifestando su capacidad de generar cambios. Con los cambios, se presentan oportunidades y estas las detectan los líderes previos a problemas que existen, para ellos son retos a desafiar y aprovecharlos como oportunidades. Los cambios nunca acaban, y es una constante búsqueda en la que el mundo está expuesto.

Los líderes están al servicio de la gente, son lo que tienen el compromiso y el espíritu de emprender, aprender y dar soluciones innovadoras. No es suficiente ser inteligente, se requieren personas que busquen con humildad poder solucionar



problemas, examinándolos, viéndolos como oportunidades y que el resultado será el satisfactorio. (Anzola, 2005)

Dentro del emprendimiento hay etapas o ciclos por las que el emprendedor pasa para que todo se convierta en realidad, ya que si no lo lleva a cabo solo quedaría en ideas o plasmado en un papel la idea de negocio dejando inconcluso el proceso, lo que de por sí generaría frustración.

En la primera etapa se habla sobre el nivel de motivación que tiene el emprendedor para tomar la decisión de comenzar el proyecto, porque sin ese elemento es difícil que nazca y se desarrolle la aventura emprendedora. Todo esto depende de la autoestima de la persona y la capacidad de confiar en sí mismo para asumir los riesgos que implica llevar a flote un proyecto. La familia y la parte educativa también son un papel clave en el momento de desarrollar las características actitudinales, para esto deben sembrarse y cultivarse de forma sostenida.

En la segunda etapa se expone la creatividad y el identificar oportunidades de negocio para emprender. En la creatividad se trata de generar ideas que se enfoquen en satisfacer alguna necesidad que no está siendo abarcada total o parcialmente en el mercado. Las ideas surgen en cualquier momento, lugar u ocasión, basta con tener la percepción del entorno con los cuales podrían ser los principales generadores de ideas claves, ya sea visitando centros comerciales, en internet, revistas o libros, en capacitaciones, en unas vacaciones o en programas televisivos, donde la creatividad despierte y se produzca una lluvia de ideas y contribuya a la creación del negocio.

Lo que hacían las emprendedoras en su mayoría de veces era enfocarse en la parte estética, una peluquería, hacían masajes, maquillajes, manicure y pedicure, donde podían hacerlo en su hogar o a domicilio. Y esto era en lo que podían

desenvolverse ya que conociendo sus propias necesidades, podía ofrecerle a otras lo mismo y mantenerlas satisfechas con el servicio. Pero ahora pueden abarcar más sectores donde descubren las varias necesidades que demanda el mercado, tienen mayor acceso a información y capacidad de decisión y para actuar. (Chinchilla, 1999).

Así mismo, tener la capacidad de identificar oportunidades donde otros no las ven. Para esto, se pueden estudiar negocios exitosos y hacer un híbrido con más ideas, tomar las debilidades de la competencia, dar solución a los problemas de la gente, reciclar, hacer innovación y pensar en la manera de salir de lo tradicional.

En la tercera etapa se planifica el emprendimiento. Últimamente el número de empleados que trabajan en relación de dependencia en su mayoría busca crear su empresa propia, ya que prefieren ser independientes, desean lograr una mejora económica, saber que el negocio es de ellos y son los jefes, la experiencia y el apoyo de la familia. Todo estos factores al empezar un negocio muestran que más que tener los conocimientos, es el deseo de superación que tiene peso dentro de esto.

Al iniciar es importante unir ese deseo de superación con la información e investigación necesaria, debido a que dar un paso a ciegas es el peor error que puede llegar a cometer los emprendedores. Para ello, el análisis financiero es un requerimiento en el nuevo negocio, también la planificación de dejar de ser empleado dependiente y dedicarse a la creación de la idea, o mantener ambos hasta que el emprendimiento se haya consolidado y sea capaz de generar ingresos iguales o superiores al empleo fijo que tenía. Nunca tener solo una idea, siempre estar a la expectativa de muchas que en el mercado van a estar presentándose. Luego de elegir la idea se la estudia, para esto hay que indagar el mercado en el que va a operar y fijarse si la demanda está o no satisfecha del producto o

servicio que se piensa vender, las características del grupo objetivo y quienes van a ser los competidores.

El emprendedor es una persona con características específicas que destacan sus habilidades y capacidades en el tema. Entre las características están que son creativos e innovadores buscando ideas para hacerlas realidad, confían totalmente en sus capacidades sabiendo que pueden enfrentarse a los retos que conlleva un nuevo proyecto, arriesgados por el grado de incertidumbre que existe en el mercado donde sin embargo proponen sus proyectos requiriendo dinero y tiempo para su realización, encuentran oportunidades donde los demás no las ven, son eficientes para hacer su trabajo con calidad y optimizando costos de procesos, son persistentes e insistentes para alcanzar los objetivos sin desanimarse, aunque existan obstáculos en el camino en el que se den caídas pero su deseo de superarse es mayor a la derrota, son buenos planificadores y se guían en base a una planeación la cual van ejecutando sin improvisar, determinan y miden sus objetivos para evaluar los resultados y trabajan en equipo apoyándose en los que están dentro y fuera del negocio.

Las características que tiene el emprendedor ecuatoriano en cuanto a la edad, en el país no ven a esta variable como una barrera, ya que el autor del libro “El perfil del emprendedor ecuatoriano” Wilson Araque (2009), muestra cifras y porcentajes de sus estudios de fuente de investigación directa, en los que arrojan que el 71% inician sus empresas a temprana edad, comprendiendo que entre los 17 y 25 años lo hacen un 31% de jóvenes y de 26 a 32 años un 40%. Seguido de los de 33 a 45 años en un 25%.

En cuanto a la procedencia geográfica, el emprendedor ecuatoriano busca iniciar su negocio en el lugar de donde es oriundo y en este caso es un 82% en el país, la diferencia del porcentaje son los que provienen fuera de la ciudad. Por lo

tanto, estos resultados exponen la poca tendencia de emigrar a otros lugares al momento de emprender e instalar un negocio propio.

El estado civil del ecuatoriano que emprende dice que de cada 10 aproximadamente 7 estaban casados en el momento que decidieron tener su negocio. Y así, las estadísticas muestran que en promedio al emprender un 29% son solteros, el 69% casados y el 2% divorciados. Hay que considerar que en nuestro país el factor familia influye como fuente de motivación para brindarles a ellos mayor bienestar, es decir, el emprendedor busca tener su propio negocio con el fin de mejorar su vida y la de su familia en el sentido socioeconómico.

El sexo del emprendedor en el Ecuador, dice que un 83% son hombres versus el 17% que son mujeres, lo cual concluye que sigue predominando la participación de los hombres al momento de emprender. Lo que se espera con el pasar del tiempo, es que la mujer emprendedora logre ubicarse dentro de este espacio como protagonista y sus emprendimientos se incrementen a nivel empresarial.

En la elaboración de un plan financiero, el emprendedor por lo general no se preocupa de realizarlo y confía más en los conocimientos que tenga en su cabeza más que de los estudios previos sobre el tema. En el país la planificación antes de emprender es poca. En el área financiera, la mayoría no cumple con preocuparse de la inversión que deben tener para dar crédito a sus clientes, la inversión en los activos fijos ni el cálculo del dinero que deben tener disponible en efectivo, factores básicos para poder iniciar el negocio. Pero en lo que se preocupan ciertamente es en establecer los costos y gastos, los ingresos y ganancias o pérdidas. Lo que aconsejan algunos emprendedores que participaron del “foro del emprendedor ecuatoriano” realizado por la universidad Andina Simón Bolívar es

que se planifiquen antes de iniciar el negocio, eso evita las caídas en la gestión de la empresa.

Para tener éxito en el emprendimiento se recomienda trabajar en algo que le guste, dependiendo de sus actividades diarias, los estudios que tenga, que es lo que saber hacer, la experiencia y habilidad que posea y cuáles son los planes que tenga en el futuro. Identificar claramente que es lo que desea hacer y hacia dónde quiere llegar. Eliminar todas las barreras, ya sean económicas porque piensa que al no tener el dinero suficiente va a fracasar, las psicológicas porque tiene miedos o bloqueos mentales, o los culturales que son los que la sociedad regularmente impone que si el padre tiene tal profesión entonces el hijo debe ser igual o por último que la edad ya no se los permite. Luego desarrollar el plan de negocios que muestra el camino para llegar a la meta, y para finalizar darle marcha a todo lo que se ha dicho y pensado, es decir llevarlo a la acción.

## **2.2. Marco Conceptual**

Se conceptualizaran los términos más relevantes sobre el problema de estudio y que van relacionados al trabajo a realizar, enfocándose en temas principales como el emprendimiento, pobreza, desempleo, discriminación y desarrollo socioeconómico, que permita explicar y aclarar los conceptos planteados.

### **2.2.1. Emprendimiento:**

El emprendimiento es un concepto que ha hecho posible el progreso dentro de las sociedades, y no únicamente en quienes estén atravesando por necesidades, sino en quienes vean y perciban una oportunidad. El termino emprendedor esta otorgado a una persona que enfrenta, y que da solución a acciones difíciles; ya sea en el área de economía, negocios o finanzas, aquella persona que está dispuesta a asumir y enfrentar

un riesgo económico y otros que se involucren. En conclusión, viéndolo desde esta perspectiva, emprendedor se describe a quien identifica y descubre una oportunidad de negocio y de forma eficiente organiza los recursos óptimos para ponerlo en marcha. (Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo, UNCTAD. 2004).

### **2.2.2. Emprendimiento femenino:**

Generalmente es un proyecto o creación de una empresa, que se desarrolla en determinado sector con esfuerzo, dedicación y asumiendo las dificultades, con soluciones para llegar a donde se espera.

El emprendimiento femenino muestra las capacidades y habilidades creativas de ellas, las cuales surgen del análisis de la realidad que las encierra, para la creación de nuevas pequeñas o medianas empresas o iniciativas productivas socioeconómicas. El emprendimiento se ve ampliado por mujeres organizadas que comparten el mismo fin, su desarrollo integro como impulsoras activas en la economía, con la capacidad de renovar y aprender técnicas que mejoren su progreso.

### **2.2.3. Desarrollo socioeconómico:**

Para el autor Midgley (1995) el desarrollo social es un proceso donde se promueve el bienestar de las personas de la mano con un proceso de desarrollo económico.

Con el paso del tiempo lleva a la mejora de las condiciones de vida de una población en los diferentes espacios como educación, empleo, alimentación, vivienda, seguridad social, salud, entre otras necesidades básicas humanas. Donde también se busca reducir la pobreza y las diferencias de los ingresos. El rol del Estado es primordial para la promoción y dirección del proceso.

El desarrollo económico en sí sería el estado en el que la economía de una sociedad llega a un nivel en el que los individuos pueden satisfacer con calidad sus necesidades. A su vez la economía se ve reflejada y está ligada con la sociedad, la una no podría existir sin la otra. El desarrollo social es cuando los habitantes gozan de bienestar o cuentan con algo de capacidad para tenerlo, en las diversas áreas de las necesidades.

El Desarrollo Socioeconómico brinda una calidad de vida mucho mejor para los habitantes de un país, sabiendo explotar de manera óptima los recursos y estos sean para beneficiar a los individuos en el presente y en el futuro.

#### **2.2.4. Encuestas**

La definición de encuestas es un término de investigación en el que se recoge información importante y que por medio de este método se obtienen resultados ya sean cuantitativos o cualitativos. La Real Academia de la Lengua Española, muestra en uno de sus significados del diccionario, a la definición de esta palabra como un “conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho”. Para recopilar datos relevantes en investigaciones, la búsqueda mediante esta herramienta representa una ágil tarea. El trabajo se realiza en base a una muestra de individuos que representan una parte de la población de la cual se va a hacer el estudio, cumplen con ciertas características que reconocen los resultados totales del censo.

Hay diversos medios por los cuales se pueden realizar las encuestas, siendo entrevistas personales o por teléfono, como también las encuestas on-line que arroja resultados directos a la computadora y reduce el tiempo y gastos que incurre el realizarlo. Las preguntas que van dentro del cuestionario de la

encuesta, deben llevar un formato de preguntas abiertas o cerradas. La cerradas son preguntas concretas y limitan la contestación del encuestado dando opciones de las cuales el debe elegir, este tipo de encuesta ahorra trabajo al que las realiza ya que los resultados implican menos esfuerzo de análisis y tabulación. Por otro lado, las preguntas abiertas dan la oportunidad de que el encuestado conteste libremente dejando saber sus opiniones y justificación a sus respuestas. Se debe tomar en cuenta hacia quienes van a ser dirigidas las encuestas, y según eso saber escoger el cuestionario correcto hacia ese entorno al que se las va a realizar.

Las encuestas tienen diferentes fines y cumplen diferentes objetivos. Entre ellas están las de diagnóstico en las que se consiguen información sobre cierta situación y se puede proceder a diagnosticar según los resultados. Las de satisfacción en las que se averigua el grado de conformidad referente a algún escenario planteado, así mismo sugerencias, descubriendo puntos fuertes y puntos débiles que se utilizan para mejorar y tomar acciones en el asunto. Para finalizar, las encuestas operativas que son instrumentos que plantean una acción más que ayuda a adquirir alguna competencia. (Perez, M. Teresa. Arratia, Oscar. Martín, Miguel. Galisteo, Diego. 2009).

### **2.2.5. Entrevista**

La finalidad de la entrevista va más allá de una conversación común, tiene el propósito de conseguir la información que la otra parte aporta, son dos papeles en los que el intercambio verbal y el contacto entre el entrevistado y el entrevistador intercambian la información con un fin determinado. (Buela-Casal, Gualberto. Sierra, J. Carlos. 1997).

Dentro del diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, constan dos conceptos al término entrevistar:



“1.tr. Mantener una conversación con una o varias personas acerca de ciertos extremos, para informar al público de sus respuestas.

3.pnrl. Tener una conversación con una o varias personas para un fin determinado.”

### **2.3. Yanbal - Contexto del modelo de negocio**

La venta directa es una forma de emprender en el que se comercializan servicios o productos por vía directa a los consumidores sin necesidad de un establecimiento comercial, ya sea por catálogos o por demostraciones que realizan los distribuidores independientes (León, Maria Fernanda. 2012).

La Asociación Ecuatoriana de Venta Directa congrega a muchas empresas ecuatorianas y multinacionales que se dedican a este modelo de negocio, ya sean PYMES o grandes empresas que comercializan diferentes productos y simbolizan el 85% del mercado del país. Esta entidad se creó en Septiembre del 2002 por Acuerdo Ministerial No. 02 35.

El impacto socioeconómico que ha generado el sistema de venta directa en el país, acoge aproximadamente a 700 mil personas que trabajan en este ámbito, en el que ha crecido el 14.4% año a año. Según el estudio de mercado de la “Asociación ecuatoriana de venta directa” (2012), el 95% de personas que se dedican a este giro son mujeres, en el que el 82% son madres de familia con una media de tres hijos, siendo mujeres mayores a 45 años cerca del 50%. Las personas que consumen productos por venta directa en un 81% son mujeres y la diferencia hombre. El 60% posee un estatus socioeconómico C, es decir, medio típico.

El 87% de las personas encuestadas conocen lo que es la venta directa y el 63% son atentos a lo que los distribuidores pueden ofrecerles para satisfacer sus

necesidades, el 34% los atiende gustosamente aunque no sepan bien sobre los productos y el 3% no está interesado en lo que el distribuidor pueda ofrecerle.

La venta directa es una oportunidad de independencia y una fuente adicional de ingresos que no restringe edad, ni educación, ni sexo, ni por falta de experiencia. Para iniciar el negocio de venta directa no se necesita un costo muy elevado, de hecho la inversión inicial es baja en relación cuando se emprende otros negocios que requieren de infraestructura o personal. Dentro de las ventajas está la flexibilidad de tiempo, se puede obtener capacitación de gran nivel dictada por las empresas y relativamente a bajo costo por no decir gratuitamente ya que las compañías se esfuerzan por mantener capacitado y entrenado a su fuerza de ventas.

Dentro de la venta directa se encuentra el llamado multinivel, que para ciertos autores también es llamado como venta o marketing de redes definiéndolo desde diferentes puntos de vista, pero en lo que todos coinciden es que el multinivel es una red de distribuidores de productos en los que unos van ingresando a otros y se benefician económicamente todos por la estructura multinivel y reciben la compensación según cada nivel. (García, María Dolores. 2004)

#### **2.4. Yanbal - Magnitud del modelo de negocio**

Yanbal es una multinacional sólida que tiene 35 años en el mercado ecuatoriano. Existiendo 2.200 directoras que lideran la labor de más de 150.000 consultoras en el país. De origen peruano y con sede en 8 países del mundo, conquistando entre ellos algunos europeos, llegó al país para darles la oportunidad a las ecuatorianas en su desarrollo personal, económico y profesional. Siendo desde ese entonces una de las empresas que promueve el

desarrollo de emprendedores, por medio del sistema de venta directa ofreciendo al cliente productos cosméticos con los más altos estándares de calidad mundial.

Al ser un negocio de venta directa su giro no permite la formación de monopolios, dejando en libertad de elección a sus grupos de interés. Yanbal está comprometido con la sociedad por cada etapa de la cadena de producción, por su marketing y publicidad de los productos. La oportunidad del negocio Yanbal es uno de los productos intangibles que brinda, y este es el de tener su propio negocio y ganancias.

Yanbal Ecuador cuenta con oficina central en Quito, unidades de negocio, planta de producción y fabricación de los productos, centros de distribución y los 12 opportunity center en las ciudades más representativas del país. Maneja proyectos de sostenibilidad además de distinciones y certificados por sus buenos procesos. Fue reconocido en el 2011 como la mejor marca con el EKOS y también considerada dentro de las 10 mejores empresas donde trabajar y la medalla a la excelencia empresarial. Sin dejar a un lado los certificados como el ISO 9001 en toda la cadena de abastecimiento, BASC por su seguridad en la cadena logística, el BPM a las buenas prácticas de manufactura y su gestión ambiental que aporta al cuidado del ambiente, energía, agua y residuos sólidos.

El 2013 fue año de cambios para Yanbal Ecuador, en el que se incrementaron en un 10% las ventas, llegando a superar los \$200 millones por primera vez. Este cambio para bien, surgió por el ingreso del nuevo gerente en Junio del 2013. Reconoció que era necesario hacer más felices a las directoras con un incremento en sus ganancias y de una forma más rápida. El recorte de gastos contribuyó a que esos valores fueran destinados e invertidos en su fuerza de ventas. Para el 2014 el compromiso es continuar con el crecimiento y la

participación en el mercado ecuatoriano, la meta es aumentar en este nuevo años 400 directoras y 16.000 nuevas consultoras. (Revista América Economía, 2013).

## **2.5. Yanbal - Impacto del modelo de negocio**

El modelo de negocio de Yanbal conduce una responsabilidad social con sus stakeholders y más aun con los que tienen mayor acercamiento a la empresa que son las consultoras independientes y los distribuidores.

Para analizar el impacto y cambios que ha generado esta empresa en las mujeres emprendedoras de Pascuales, es necesario detallar paso a paso cómo es el modelo de negocio, desde el ingreso de cada una de ellas como consultoras (vendedoras) y las transformaciones que van teniendo con sus ascensos hasta convertirse en empresarias independientes que viven completamente de Yanbal y son el sustento de sus hogares.

La consultora independiente es la mujer que desde los 18 años y sin límite de edad decide inscribirse a Yanbal sin tener una relación laboral dependiente con la empresa, para comprar y distribuir los productos. Para lo cual paga el monto requerido para poder desarrollar su actividad. La incorporada, por los \$19 que es el valor de inscripción, recibe un kit como herramienta en el cual se le proporciona información necesaria de cómo emprender el negocio, demostradores y productos para facilitarle sus primeras ventas.

### **2.5.1. Ganancias**

Sus ganancias varían de acuerdo al monto de compra, por ejemplo: si el monto de compra pública que son los precios considerados del catálogo en los

que la compañía muestra sus productos y vende al cliente final a través de la consultora, van desde:

- \$95 a \$199 la ganancia de la consultora es del 25%
- \$200 a \$499 la ganancia de la consultora es del 30%
- \$500 a \$999 la ganancia de la consultora es del 35%
- \$1000 en adelante la ganancia de la consultora es del 40%

A continuación se realiza una ejemplificación de cuatro órdenes de compra de diferentes escalas de valor y de ganancias referenciales que puede obtener la consultora por sus compras de productos a Yanbal, incluyendo la ganancia de los productos que representa dinero en efectivo y ganancia adicional por los premios y productos que recibe de regalo con los cuales puede venderlos también, ganar dinero en efectivo y capitalizarse.

Los productos y precios detallados en el ejemplo, fueron elegidos al azar y tomados del catálogo de campaña 9, vigente del 12 de Agosto al 6 de Septiembre del 2013.

Si la consultora independiente realiza una compra pública a Yanbal alrededor de \$140:

**Tabla 1.- Pedidos tipo \$140**

<b>Ofertas</b>	<b>Productos</b>	<b>Precio a consultora</b>	<b>Precio catálogo</b>
<b>oferta millonaria</b>	perfume Arom	34,5	34,5
<b>oferta millonaria interna</b>	perfume Puro amor	35,5	35,5
<b>promoción 2x1</b>	colonia Espejito	21	21
<b>promoción 2x1</b>	delineador plumón	16	16
<b>oferta brillante</b>	colección Amanti	23,5	23,5
<b>promoción 50%</b>	cuarteto de sombras	15,5	15,5

	<b>SUBTOTAL</b>	\$ 146,00	\$146,00
<b>Flete de entrega + seguro</b>			4,48
<b>PAGA</b>		\$ 113,98	
GANANCIA POR PRODUCTOS 25%			<b>\$ 32,02</b>
GANANCIA ADICIONAL			
<b>Concurso nivel 1 Gana Mas</b>	wok con dos espátulas		<b>\$ 40</b>
GANANCIA TOTAL DE PEDIDO			<b>\$ 72,02</b>

**Fuente:** Yanbal

Si la consultora independiente realiza una compra pública a Yanbal alrededor de \$170:

**Tabla 2.- Pedidos tipo \$170**

<b>Ofertas</b>	<b>Productos</b>	<b>Precio a consultora</b>	<b>Precio catálogo</b>
oferta millonaria	perfume Arom	34,5	34,5
oferta millonaria interna	perfume Puro amor	35,5	35,5
oferta brillante	colección Amanti	23,5	23,5
promoción 50%	cuarteto de sombras	15,5	15,5
promoción 50%	elixir de vida ojos	21,5	21,5
mejor precio del año	perfume Jaque	41,5	41,5
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 172,00</b>	<b>\$ 172,00</b>
<b>Flete de entrega + seguro</b>			4,48
<b>PAGA</b>		\$ 133,48	
GANANCIA POR PRODUCTOS 25%			<b>\$ 38,52</b>
GANANCIA ADICIONAL			
<b>Concurso nivel 1 Gana Mas</b>	wok con dos espátulas		<b>\$ 40</b>
<b>Obsequio nivel 1 por monto</b>	dependiendo de la semana		<b>\$ 27</b>
GANANCIA TOTAL DE PEDIDO			<b>\$ 105,52</b>

**Fuente:** Yanbal

Si la consultora independiente realiza una compra pública a Yanbal alrededor de \$240:

**Tabla 3.- Pedidos tipo \$240**

<b>Ofertas</b>	<b>Productos</b>	<b>Precio consultora</b>	<b>a</b>	<b>Precio catálogo</b>
<b>oferta millonaria</b>	perfume Arom	34,5		34,5
<b>oferta millonaria interna</b>	perfume Puro amor	35,5		35,5
<b>oferta brillante</b>	colección Alegra	23,5		23,5
<b>promoción 50%</b>	cuarteto de sombras	15,5		15,5
<b>promoción 50%</b>	elixir de vida ojos	21,5		21,5
<b>promoción 2x1</b>	perfume Xiss	39		39
<b>promoción 2x1</b>	colonia Espejito	21		21
<b>oferta de capitalización</b>	bloqueador total block	19,5		21,5
<b>oferta de capitalización</b>	perfume Ccori	39,5		46,5
		\$ 249,50		\$ 258,50
<b>Flete de entrega + seguro</b>				4,48
<b>PAGA</b>		\$ 179,13		
<b>GANANCIA POR PRODUCTOS 30%</b>				<b>\$ 79,37</b>
<b>GANANCIA ADICIONAL</b>				
<b>Concurso nivel 1 Gana Mas</b>	wok con dos espátulas			<b>\$ 40</b>
<b>Obsequio nivel 1 por monto</b>	dependiendo de la semana			<b>\$ 27</b>
<b>GANANCIA TOTAL DE PEDIDO</b>				<b>\$ 146,37</b>

**Fuente:** Yanbal

Si la consultora independiente realiza una compra pública a Yanbal alrededor de \$300:

**Tabla 4.- Pedidos tipo \$300**

<b>Ofertas</b>	<b>Productos</b>	<b>Precio consultora</b>	<b>a</b>	<b>Precio catálogo</b>
oferta millonaria	perfume Arom	34,5		34,5
oferta millonaria interna	perfume Puro amor	35,5		35,5
oferta brillante	colección Alegra	23,5		23,5
oferta brillante	colección Amanti	23,5		23,5

promoción 2x1	perfume Xiss	39	39
promoción 2x1	colonia Espejito	21	21
mejor precio del año	perfume Jaque	41,5	41,5
oferta de capitalización	bloqueador total block	19,5	21,5
oferta de capitalización	perfume Ccori	39,5	46,5
promoción 50%	cuarteto de sombras	15,5	15,5
promoción 50%	elixir de vida ojos	21,5	21,5
		\$ 314,50	\$ 323,50
Flete de entrega + seguro			4,48
PAGA		\$ 224,63	
GANANCIA POR PRODUCTOS 30%			<b>\$ 98,87</b>
GANANCIA ADICIONAL			
Concurso nivel 1 Gana Mas	wok con dos espátulas		<b>\$ 40</b>
Concurso nivel 2 Gana Mas	premio acumulativo		<b>\$ 60</b>
Obsequio nivel 1 por monto	dependiendo de la semana		<b>\$ 69</b>
GANANCIA TOTAL DE PEDIDO			<b>\$ 267,87</b>

**Fuente:** Yanbal

### 2.5.2. Formas de pago y crédito

La consultora tiene la ventaja de pagar la mercadería que compra a Yanbal de tres formas, las cuales se detallan a continuación.

1. **En efectivo:** es decir, para que la mercadería que está solicitando sea despachada, la consultora debe cancelar el monto de la suma que el sistema refleja por su compra a Yanbal. Este valor debe ser cancelado a la empresa previamente a cerrarse la facturación de productos de la provincia a la que ella pertenezca.

Los bancos con los que Yanbal tiene convenios a nivel país para que las consultoras hagan los depósitos identificados son banco Pichincha, Servipagos, Western Union y Produbanco.

2. **Cheque:** Si la consultora posee cuenta corriente en cualquier entidad bancaria, ella va a gozar con días de crédito para pagar a Yanbal. En caso



de que ella no tenga, puede pagar con cheques de familiares directos, en este caso puede ser del cónyuge, padre, madre, hermanos o hijos.

Los días de crédito se manejan de la siguiente manera: si la consultora hace pedido en la primera, segunda y tercera semana de la campaña le otorgan 21 días de crédito para que le pague a Yanbal por la mercadería que está comprando. Si la consultora hace pedido en la cuarta semana de la campaña le otorgan 14 días de crédito para que le pague a Yanbal por la mercadería que está comprando.

3. **Pagaré:** Este documento de pago es un convenio con Yanbal en el cual la consultora firma una solicitud y se compromete a pagarle a la empresa dentro de los días establecidos del crédito. Ateniéndose a que si incumple con las fechas y cae en mora, el departamento de crédito y cobranzas empezara a correr con los intereses y cerrar el crédito por el tiempo que la empresa lo crea necesario, que si pasando un tiempo prudente y no llegan a un acuerdo de pago con la consultora, entonces será reportada al buró de crédito con historial crediticio negativo.

Los días de crédito Pagaré se manejan de la siguiente manera: si la consultora hace pedido en la primera semana de la campaña le otorgan 28 días de crédito para que le pague a Yanbal por la mercadería que está comprando, en la segunda y tercera semana de la campaña le otorgan 21 días de crédito para que le pague a Yanbal por la mercadería que está comprando. Si la consultora hace pedido en la cuarta semana de la campaña le otorgan 14 días de crédito para que le pague a Yanbal por la mercadería que está comprando.

### **2.5.3. Proceso de compra y entrega de mercadería**

La consultora de belleza de Yanbal tiene catálogos que son la vitrina del negocio donde muestra a sus clientes la diversa gama de productos de la compañía, los clientes le solicitan a la consultora lo que necesitan y cuando la consultora complete su orden de compra de todos los pedidos que le hayan realizado entonces procede a comunicárselo a su directora, quien es la intermediaria con Yanbal.

La directora receipta los pedidos de las consultoras y emite la orden de compra a la empresa vía extranet, para la Región 1 en Yanbal que comprende la provincia del Guayas y Los Ríos, la emisión de las órdenes de compra empiezan desde los lunes hasta los miércoles de cada semana. Y es aquí cuando la consultora debe efectuar el pago ya sea en efectivo, o depositando el cheque en los buzones de Yanbal para que la empresa lo ingrese al banco para el cobro en la fecha destinada del crédito, o en el caso del Pagaré esperar para pagar antes de la fecha del vencimiento, y de esa manera realizar el despacho de la mercadería los viernes de cada semana. La consultora puede hacer pedido si desea los cuatro miércoles de la semana como puede hacerlo una vez al mes, eso depende de la rotación de sus ventas.

La entrega de los cartones de los productos se realiza los viernes, ya que los jueves empieza la distribución a nivel país de todos los pedidos realizados. La mercadería despachada sale desde las bodegas de Quito donde está ubicada la planta de producción y llega a la ciudad de destino en la que los repartidores se encargan de agrupar los cartones de su zona y salir al reparto y entrega a domicilio de la consultora lo que ella solicito con 48 horas de anticipación a través de su directora.

En sí, todo el proceso del cual es responsable la consultora independiente es vender, entregar los productos, cobrar y pagar a tiempo los pedidos a Yanbal.

#### 2.5.4. Sistema multinivel

El modelo de negocio de Yanbal no se basa solo en la venta directa por catálogo sino también en el sistema multinivel que lo desarrollan en la formación de consultoras estrellas y directoras.

La consultora estrella es la consultora que inscribe nuevas consultoras y alcanza una productividad en la que logra ubicarse en uno de los status de la escalera del éxito establecidos por la empresa y llegar a convertirse en directora. Percibe su comisión por las compras personales y ventas, y adicionalmente tiene porcentajes de ganancias por las compras de las consultoras que incorporan a Yanbal ya sea por ellas o a través de las consultoras que conforman su grupo.

La consultora estrella goza de 4 niveles en los que va incrementando el número de incorporadas a su red, así como su productividad grupal y las bonificaciones que recibe que son mayores en cada nivel.

**Ilustración 1.-** Escalera del éxito – Bloque consultoras estrellas



**Fuente:** Yanbal

Consultora estrella 1 es la consultora que incorpora a dos mujeres a su grupo a las cuales se las llama hijas, la compra personal de la consultora estrella a Yanbal debe de ser de \$150 mínimo y que en total la compra pública sumada a la de sus hijas de mínimo \$550 en la red. La ganancia de la estrella 1 es el 4% por las ventas que realicen sus hijas.

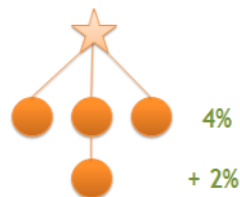
**Ilustración 2.-** Estructura estrella 1



**Fuente:** Yanbal

Consultora estrella 2 es la consultora que incorpora a dos mujeres a su grupo a las cuales se las llama hijas y adicional una nieta, que esta puede ser incorporada de una de sus dos hijas. La compra personal de la consultora estrella a Yanbal debe de ser de \$150 mínimo y que en total la compra pública sumada a la de sus hijas y nietas de mínimo \$1300 en la red. La ganancia de la estrella 2 es el 4% por las ventas que realicen sus hijas y 2% por su nieta(s).

**Ilustración 3.-** Estructura estrella 2

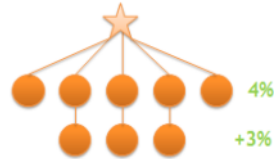


**Fuente:** Yanbal

Consultora estrella 3 es la consultora que incorpora a cinco mujeres a su grupo a las cuales se las llama hijas y adicional tres nietas, que estas son incorporadas por sus hijas. La compra personal de la consultora estrella a Yanbal debe de ser de \$150 mínimo y que en total la compra pública sumada

a la de sus hijas y nietas de mínimo \$2,500 en la red. La ganancia de la estrella 3 es el 4% por las ventas que realicen sus hijas y 3% por sus nietas.

**Ilustración 4.-** Estructura estrella 3



**Fuente:** Yanbal

Consultora estrella 4 es la consultora que incorpora a siete mujeres a su grupo a las cuales se las llama hijas y adicional cinco nietas, que estas son incorporadas por sus hijas. La compra personal de la consultora estrella a Yanbal debe de ser de \$150 mínimo y que en total la compra pública sumada a la de sus hijas y nietas de mínimo \$4,800 en la red. La ganancia de la estrella 4 es el 4% por las ventas que realice toda su red, es decir, sus hijas y nietas.

**Ilustración 5.-** Estructura estrella 4



**Fuente:** Yanbal

Se puede decir que la consultora estrella tiene la oportunidad de ganar tres veces. Primero gana vendiendo porque recibe los porcentajes de descuento en sus compras a Yanbal y recibe premios y regalos que la ayudan a capitalizarse. También gana incorporando, a medida que sube de nivel en la escalera del éxito y crece haciendo crecer a su red, ella gana por las personas que inscribe, y a más mujeres incorporadas tendrá mayores ganancias.

Y por último, obtiene ganancias enseñando a vender e incorporar porque se multiplican al incrementarse la red de consultoras, gana hasta el 4% de su grupo y su negocio crece a medida de que va desarrollando a más mujeres.

### 2.5.5. De consultora a directora independiente de Yanbal

**Ilustración 6.-** Multiplicación de consultoras para ascenso a directora



**Fuente:** Yanbal

Después de pasar este proceso de consultora estrella hasta el nivel 4, la consultora puede convertirse en directora, siempre y cuando ella voluntariamente decida emprender su carrera empresarial con Yanbal previo a una etapa de preparación, capacitación y evaluación en la que se la denomina consultora estrella en carrera.

Durante la etapa de estrella en carrera, la aspirante al directorado debe cumplir con las siguientes variables y requisitos dentro del conteo que tiene cuatro fases.

- Para la inscripción debe de contar con:
- Compra grupal de la red: \$4,800
- Compra personal de la consultora en carrera: \$150
- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos: 0

- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos directos de la consultora en carrera: 1
- Consultoras activas de la red: 21
- Índice de morosidad: < a 2%
- Nivel de estrella: mínimo estrella 3
- Comisión o ganancia: consultora estrella
- Primer mes de conteo:
- Compra grupal de la red: \$5,500
- Compra personal de la consultora en carrera: \$150
- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos: 5
- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos directos de la consultora en carrera: 1
- Consultoras activas de la red: 24
- Índice de morosidad: < a 2%
- Nivel de estrella: mínimo estrella 3
- Comisión o ganancia: 6%
- Segundo mes de conteo
- Compra grupal de la red: \$6,000
- Compra personal de la consultora en carrera: \$150
- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos: 5
- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos directos de la consultora en carrera: 1
- Consultoras activas de la red: 26
- Índice de morosidad: < a 2%
- Nivel de estrella: mínimo estrella 3
- Comisión o ganancia: 7%

- Tercer mes de conteo
- Compra grupal de la red: \$6,300
- Compra personal de la consultora en carrera: \$150
- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos: 5
- Nuevas consultoras inscritas y primeros pedidos directos de la consultora en carrera: 1
- Consultoras activas de la red: 28
- Índice de morosidad: < a 2%
- Nivel de estrella: mínimo estrella 4
- Comisión o ganancia: 8%

La consultora estrella en carrera tiene la posibilidad de no cumplir en una de las tres campañas de conteo, sea cual fuese el inconveniente que no le haya permitido alcanzar los resultados, ella puede repetir únicamente ese mes de conteo y continuar en el proceso. Si no logra hacerlo en dos campañas entonces es retirada de la calificación y deberá volver a inscribirse cuando considere esté preparada nuevamente. Este proceso puede realizarlo solo dos veces en el año, de no tener éxito en ninguna de la dos ocasiones de su conteo para el directorado, lo recomendable es que fortalezca su red, incremente su productividad y se prepare para el siguiente año poder cumplir con las metas de los niveles del conteo para convertirse en directora.

#### **2.5.6. Directoras independientes y empresarias exitosas**

El ascenso a directora de Yanbal es un peldaño más en la escalera del éxito, donde la función de vendedora desaparece casi en su totalidad porque se convierte en una empresaria dueña de su propio negocio donde recibe



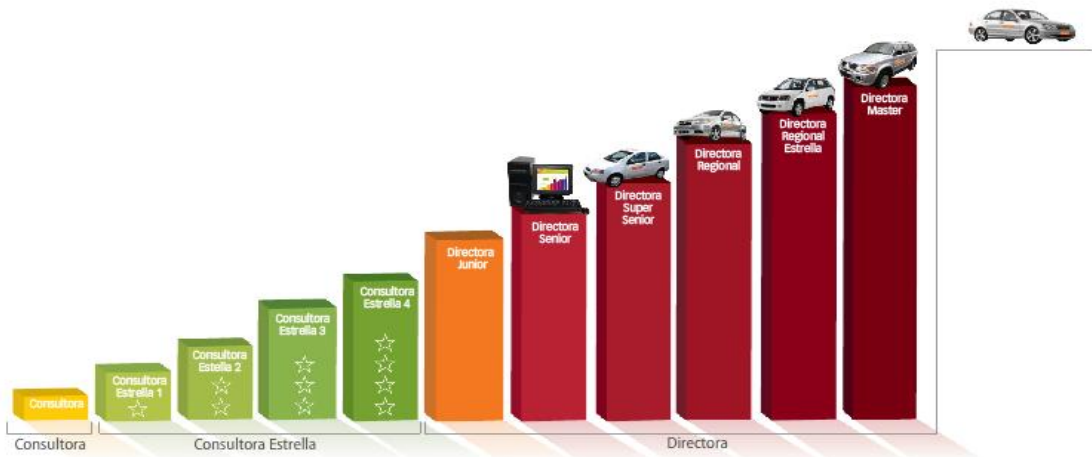
mensualmente el 11% de comisión por la compra grupal de toda su red, ya sean hijas, nietas, bisnietas y todo el multinivel a su cargo.

Las directoras independientes empiezan a dirigir y formar grupos personales multinivel, y empiezan a experimentar a profundidad su capacidad para liderar, motivar, buen criterio para la toma de decisiones, habilidades de comunicación y relaciones interpersonales, adaptarse a los cambios, capacidad para evaluar a sus consultoras y a ella misma, planificación de estrategias y el compromiso que requiere el ser formadora de formadoras, todo esto guiado por la empresa Yanbal que son quienes se encargan de la inducción y capacitación constante para que su fuerza de ventas sea capaz de seguir desarrollando pirámides de gente.

Este camino no es fácil, pero tampoco imposible. El esfuerzo y la preparación previa para llegar a este punto requieren de un deseo real de superación. Decidir emprender en el directorado Yanbal es una decisión inteligente para las mujeres que saben lo que quieren para su vida y la de sus familias. Muchas mujeres a nivel Ecuador han transformado su vida y viven de Yanbal, han hecho de este negocio su negocio propio, el sustento de su hogar y cumplir los sueños que nunca pensaron que podían llegar a hacerse realidad.

### 2.5.7. Ascensos de Directoras independientes

**Ilustración 7.-** Escalera del éxito Yanbal



**Fuente:** Yanbal

### 2.5.8. Directora independiente Junior

La consultora que finalizó el conteo como estrella en carrera asciende al primer peldaño de la escalera del éxito al convertirse en directora junior.

- Estructura de su red: aproximadamente 40 consultoras activas vendiendo mínimo \$6300.
- Ganancia: recibe el 11% de comisión por la compra neta que realizan sus consultoras a Yanbal.
- Entrenamiento: asiste a talleres de nuevas directoras para la orientación de su negocio y asesoría constante por parte de la empresa
- Incentivos: al cumplir las metas propuestas puede ganar las convenciones nacionales e internacionales. Y participar de los programas anuales de viajes por todo el mundo.

### **2.5.9. Directora independiente Senior**

- Estructura de su red: una directora hija formada y calificada como tal, que cumpla el monto requerido mínimo de \$6300 al igual que la directora madre.
- Ganancia: recibe el 11% de comisión por la compra neta que realizan sus consultoras a Yanbal.  
Recibe el 4% de comisión por la compra neta que realiza su directora hija calificada.
- Entrenamiento: asiste a capacitaciones de directoras Senior para la orientación de su negocio y formación de nuevas directoras.
- Incentivos: al cumplir las metas propuestas puede ganar las convenciones nacionales e internacionales. Y participar de los programas anuales de viajes por todo el mundo.

### **2.5.10. Directora independiente Super Senior**

- Estructura de su red: tres directoras hijas formadas y calificadas como tal, que cumplan el monto requerido mínimo de \$6300 cada una y la directora madre el monto requerido mínimo de \$9000 en la campaña.  
Posterior a lograr esta estructura, la directora inicia el conteo de tres campañas para calificar como directora Super Senior en las que debe cumplir con la compra de \$9000 mínimo de su grupo, y junto a su red completa con hijas directoras alcanzar la compra pública de \$31,500 durante cada una de las tres campañas de conteo. Sus tres hijas directoras deben estar calificadas de igual manera cumpliendo los requisitos de directoras.
- Ganancia: recibe el 11% de comisión por la compra neta que realizan sus consultoras a Yanbal.

Recibe el 4.5% de comisión por la compra neta que realiza cada una de sus directoras hijas calificadas.

- Entrenamiento: asiste a capacitaciones de directoras para fortalecer y desarrollar su negocio y formación de nuevas directoras hijas.
- Incentivos: al cumplir las metas propuestas puede ganar las convenciones nacionales e internacionales. Y participar de los programas anuales de viajes por todo el mundo.

Recibe su primer auto 0kms, símbolo del éxito Yanbal.

#### **2.5.11. Directora independiente Regional**

- Estructura de su red: cinco directoras hijas y tres directoras nietas formadas y calificadas como tal, que cumplan el monto requerido mínimo de \$6300 cada una y la directora madre el monto requerido mínimo de \$9000 en la campaña.

Posterior a lograr esta estructura, la directora inicia el conteo de tres campañas para calificar como directora regional en las que debe cumplir con las compra de \$9000 mínimo de su grupo, y junto a su red completa con hijas y nietas directoras alcanzar la compra pública de \$68,500 durante cada una las tres campañas de conteo. Sus cinco hijas y tres nietas directoras deben estar calificadas de igual manera cumpliendo los requisitos de directoras.

- Ganancia: recibe el 11% de comisión por la compra neta que realizan sus consultoras a Yanbal.

Recibe el 5.5% de comisión por la compra neta que realiza cada una de sus directoras hijas calificadas.

Recibe el 0,5% por la compra neta que realiza cada una de sus directoras nietas calificadas.

- Entrenamiento: asiste a capacitaciones de directoras para fortalecer y desarrollar su negocio y formación de nuevas directoras hijas y nietas.
- Incentivos: al cumplir las metas propuestas puede ganar las convenciones nacionales e internacionales. Y participar de los programas anuales de viajes por todo el mundo.

Recibe otro auto 0kms, símbolo del éxito Yanbal.

#### **2.5.12. Directora independiente Regional estrella**

- Estructura de su red: ocho directoras hijas de las cuales dos deberán tener la estructura y estatus de directoras Super Senior que cumplan el monto requerido mínimo de \$9000 cada una y la directora madre el monto requerido mínimo de \$9000 en la campaña.

Posterior a lograr esta estructura, la directora inicia el conteo de tres campañas para calificar como directora regional estrella en las que debe cumplir con la compra de \$9000 mínimo de su grupo, y junto a su red completa con hijas y nietas directoras alcanzar la compra pública de \$120,000 durante cada una las tres campañas de conteo. Sus ocho hijas de las cuales dos Super Senior y nietas directoras deben estar calificadas de igual manera cumpliendo los requisitos de directoras.

- Ganancia: recibe el 11% de comisión por la compra neta que realizan sus consultoras a Yanbal.

Recibe el 6% de comisión por la compra neta que realiza cada una de sus directoras hijas calificadas.

Recibe el 0,75% por la compra neta que realiza cada una de sus directoras nietas calificadas.

- Entrenamiento: asiste a capacitaciones de directoras para fortalecer y desarrollar su negocio y formación de nuevas directoras hijas y nietas.

- Incentivos: al cumplir las metas propuestas puede ganar las convenciones nacionales e internacionales. Y participar de los programas anuales de viajes por todo el mundo.

Recibe otro auto 0kms, símbolo del éxito Yanbal.

### **2.5.13. Directora independiente Master**

- Estructura de su red: doce directoras hijas de las cuales una deberá tener estructura y estatus de regional y cuatro de ellas deberán tener la estructura y estatus de directoras Super Senior que cumplan el monto requerido mínimo de \$9000 cada una y la directora madre el monto requerido mínimo de \$9000 en la campaña.

Posterior a lograr esta estructura, la directora inicia el conteo de tres campañas para calificar como directora master en las que debe cumplir con la compra de \$9000 mínimo de su grupo, y junto a su red completa con hijas y nietas directoras alcanzar la compra pública de \$250,000 durante cada una las tres campañas de conteo. Sus doce hijas de las cuales una regional y cuatro Super Senior y nietas directoras deben estar calificadas de igual manera cumpliendo los requisitos de directoras.

- Ganancia: recibe el 11% de comisión por la compra neta que realizan sus consultoras a Yanbal.

Recibe el 6.5% de comisión por la compra neta que realiza cada una de sus directoras hijas calificadas.

Recibe el 1% por la compra neta que realiza cada una de sus directoras nietas calificadas.

- Entrenamiento: asiste a capacitaciones de directoras para fortalecer y desarrollar su negocio y formación de nuevas directoras hijas y nietas.

- Incentivos: al cumplir las metas propuestas puede ganar las convenciones nacionales e internacionales. Y participar de los programas anuales de viajes por todo el mundo.

Recibe otro auto 0kms, símbolo del éxito Yanbal.

Para que todas las directoras independientes puedan mantenerse en su estatus y calificadas deben lograr cada campaña con lo siguiente:

- Cumplir con la compra pública grupal igual o mayor al monto requerido mínimo que a la actualidad es de \$6300 como junior y Senior, y \$9000 de Super Senior hasta master
- Cumplir con la compra pública personal mínima de \$95.

#### **2.5.14. Autos y Programa anual de reconocimiento de viajes**

Para ganar los autos 0 kms de Yanbal es necesario pasar por las etapas del proceso respectivo, primero adquirir el estatus para luego entrar a calificar para que el auto sea entregado, luego mantener el uso del auto por cuatro años incrementando anualmente la compra pública grupal y su número de hijas directoras. Y por último, obtener su propiedad hasta seguir ascendiendo y ganando los siguientes autos por cambio de estatus. Caso contrario de no cumplir con los cuatro años de mantenimiento, existe la opción de compra del vehículo para que sea traspasado a nombre de la directora.

A medida que la directora vaya ascendiendo en estatus, el vehículo será mejor y de mayor valor comercial. Es así, que la empresa entrega a su fuerza de ventas desde autos hasta vehículos 4x4 para que sirvan de apoyo a su gestión y trabajo diario de campo.

Los viajes nacionales e internacionales por los que las directoras de Ecuador trabajaron durante el 2013 fueron los siguientes: convención nacional

en Quito, viaje internacional a Barú, viaje internacional a Varadero y Galaxia internacional a Disney.

Para ser merecedoras a este premio por su trabajo, ellas debieron cumplir con metas y condiciones por un año, en las que se evaluó la compra pública del grupo personal, primeros pedidos de nuevas consultoras inscritas campaña a campaña y el crecimiento en compra pública de su grupo familiar versus el año anterior.

## 2.6. Yanbal – Situación Actual

Posterior a revisar el desarrollo del modelo de negocio de Yanbal, a continuación se describe la situación actual de las mujeres de diversos sectores de Pascuales que trabajan en Yanbal, entiendase por barrios en los que en cada uno de ellas habitan. Data entregada por la empresa Yanbal Ecuador actualizado a la fecha de Junio del 2013.

1. El número de consultoras y directoras agrupadas por barrios que existen en la Parroquia Pascuales, canton Guayaquil, provincia del Guayas, trabajando con Yanbal hasta Junio del 2013 son los siguientes:

**Tabla 5.-** Directoras y consultoras por Barrios en Pascuales

BARRIOS			STATUS	Número
ASSAD BUCARAM, (PASCUALES)	COOP		DIR. JUNIOR	2
			DIR. SENIOR	1
			DIR. SUPER SENIOR	1
			CONSULTORA	321
BEATA MERCEDES MOLINA, CDLA			CONSULTORA	95
CARLOS GUEVARA MORENO,			CONSULTORA	11



<b>COOP.</b>			
<b>LAS VEGAS, COOP.</b>		CONSULTORA	7
<b>LOS LIRIOS, COOP.</b>		CONSULTORA	2
<b>LOS TAMARINDOS (PASCUALES)</b>	<b>COOP</b>	CONSULTORA	2
<b>METROPOLIS 1 URB</b>		CONSULTORA	31
<b>METROPOLIS 2 URB</b>		DIR. JUNIOR	1
		CONSULTORA	83
<b>PAQUISHA</b>		DIR. JUNIOR	1
		CONSULTORA	40
<b>PASCUALES</b>		DIR. JUNIOR	3
		DIR. SENIOR	2
		CONSULTORA	377
<b>PIE DE LUCHA, COOP.</b>		DIR. JUNIOR	2
		CONSULTORA	55
<b>SAN FRANCISCO, (PASCUALES)</b>	<b>COOP</b>	CONSULTORA	27
<b>SAN JUAN COOP.</b>		DIR. SENIOR	1
		CONSULTORA	1
<b>VILCABAMBA COOP (PASCUALES)</b>		CONSULTORA	15
<b>VIRGEN DE COROMOTO, (PASC</b>	<b>COOP</b>	CONSULTORA	9
Total de consultoras y directoras en Pascuales:			<b>1.090</b>
<b>14 directoras y 1076 consultoras.</b>			

Fuente: Yanbal

- Autos Yanbal ganados en la Parroquia Pascuales, cantón Guayaquil, provincia del Guayas, hasta Junio del 2013:

**Tabla 6.-** Auto ganado en Pascuales

<b>Barrio</b>	<b>Grupo</b>	<b>Status</b>	<b>Autos</b>	
<b>ASSAD BUCARAM, COOP (PASCUALES)</b>	2508	DIR. SUPER SENIOR (Miriam Gurumendi)	1	Auto Entregado en el 2010

Fuente: Yanbal

3. Las ventas públicas promedio por directora que estan agrupadas por barrios que existen en la Parroquia Pascuales, cantón Guayaquil, provincia del Guayas, desde campaña 1 del 2013 (Enero) hasta campaña 6 del 2013 (Junio) son las siguientes:

**Tabla 7.- Ventas promedio por directoras por barrios en Pascuales**

2 0 1 3							
Barrio	C1	C2	C3	C4	C5	C6	PROME DIO
ASSAD BUCARAM, COOP.	\$ 6.727	\$ 7.159	\$ 6.944	\$ 7.317	\$ 9.289	\$ 8.365	\$ 7.634
METROPOLIS 2 URB	\$ 6.832	\$ 9.179	\$ 9.221	\$ 10.036	\$ 10.812	\$ 11.077	\$ 9.526
PAQUISHA	\$ 3.824	\$ 6.413	\$ 4.860	\$ 4.622	\$ 7.287	\$ 6.270	\$ 5.546
PASCUALES	\$ 5.022	\$ 6.318	\$ 6.435	\$ 7.105	\$ 7.947	\$ 6.358	\$ 6.531
PIE DE LUCHA, COOP.	\$ 6.168	\$ 6.864	\$ 5.446	\$ 8.475	\$ 10.864	\$ 8.791	\$ 7.768
SAN JUAN COOP.	\$ 4.601	\$ 6.986	\$ 6.136	\$ 6.464	\$ 9.401	\$ 9.127	\$ 7.119
TOTAL	\$ 5.687	\$ 6.895	\$ 6.504	\$ 7.347	\$ 9.009	\$ 7.807	\$ 7.208

Fuente: Yanbal

# CAPÍTULO III

## METODOLOGÍA

### 3.1. Metodología de análisis

De acuerdo a los objetivos específicos planteados en el trabajo de investigación, se mencionaran a continuación cada uno de ellos para describir la metodología a utilizar y que se puede hacer para alcanzarlos.

Como primer objetivo del tema está el diagnosticar los ingresos que generan las mujeres productivas de la Parroquia Pascuales de Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal.

Para cumplir con el alcance de este se utilizará la investigación concluyente, método cuantitativo. Realizar encuestas en un marco muestral en el que solo serán encuestadas el número de mujeres que hayan emprendido su negocio y estén produciendo ingresos económicos, donde puedan ser diagnosticados. Encuestas al sexo femenino, estatus socioeconómico medio bajo, emprendedoras y de cualquier edad. Encuestas presenciales en la avenida Montecristi, calle principal de Pascuales sector comercial. El margen de error dependerá del tamaño de la muestra.

A través de la investigación exploratoria, método cualitativo, técnica de observación y técnicas de entrevistas que estén relacionados al tema y puedan contribuir con información, es decir, entrevistar a ciertas mujeres productivas y emprendedoras de su negocio propio del sector que puedan proporcionar datos sobre las ganancias que generan en el sector comercial de Pascuales, además de saber su estilo de vida, y donde sus emprendimientos hayan sido relevantes para el desarrollo económico. Técnicas que ayudan a responder al segundo objetivo, en el que se analiza toda la información obtenida.

En el segundo objetivo, para analizar los ingresos y mejora económica social de las mujeres de este sector que utilizan el modelo de negocio de Yanbal, también se utilizará la investigación exploratoria, donde se entrevistará a expertos y a ciertas mujeres que hayan emprendido y generado un impacto positivo en el sector, tanto para ellas como para sus familias. Descubriendo como ha mejorado su nivel de vida en cuanto a la educación de ellas y familiares como pueden ser los hijos, bienes que hayan obtenido a raíz de la mejora económica con su negocio y los cambios que hayan podido lograr para mejorar integralmente. Además de hacer una comparación de los emprendimientos convencionales versus el modelo de negocio de Yanbal, para concluir si ha tenido mayor éxito este modelo en las mujeres productivas del sector comercial de Pascuales.

El último objetivo tiene como fin recomendar acciones complementarias para la sostenibilidad de sus ingresos y mejora de la calidad de vida, y para tener esta información luego de haber obtenido datos sobre el tema y haberlos analizado respectivamente, se utilizaría la técnica descriptiva, donde la investigación bibliográfica va a corroborar la información con los libros relacionados. Además, se recopilaría información de fuentes como la Cámara de Comercio, producción o Ministerios que puedan asesorar y hacer que el negocio perdure a través del tiempo gracias a soluciones que puedan mejorar su campo de acción.

Para resumir la metodología propuesta, la aplicación de las técnicas de investigación serán las siguientes:

- Encuestas aplicadas a mujeres emprendedoras del sector comercial de la avenida principal de Pascuales.
- Aplicación técnica de observación del campo de análisis.

- Entrevistas a mujeres que tienen su emprendimiento en cualquier área del comercio dentro de la avenida principal de Pascuales.
- Entrevistas a mujeres que emprendieron con el modelo de negocio de Yanbal.
- Bibliografía virtual: páginas web del Instituto Nacional de estadísticas y censos, Ministerios, Cámaras y otras organizaciones o entidades.
- Bibliografía física de libros, folletos, periódicos, revistas.

### 3.2. Definición del Universo de la parroquia Pascuales

A continuación se presentan estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de la población de Pascuales, para mayor comprensión universal de la zona, que permite saber las condiciones de vida de sus habitantes y aclarar la situación que se busca analizar.

**Tabla 8.- Población por Sexo**

POBLACIÓN POR SEXO		
Hombre	Mujer	Total
39.582	35.350	74.932
52,82 %	47,18 %	100%

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

El gráfico anterior detalla la población por género de la parroquia Pascuales que fue censada por el INEC en el 2010, teniendo 74.932 habitantes en su totalidad, del cual el 52,82% siendo mayoría con una cantidad de 39.582 habitantes, son de sexo masculino. Mientras, el 47,18% con una cifra de 35.350 habitantes son de sexo femenino.

**Tabla 9.- Población según grupos de edad**

POBLACIÓN SEGÚN GRUPOS DE EDAD								
De 1 a 15	De 15 a 25	De 25 a 35	De 35 a 45	De 45 a 55	De 55 a 65	De 65 a 75	De 75 a 100 y más	TOTAL
24.091	13.928	14.631	9.891	6.468	3.451	1.588	884	74.932
32%	19%	20%	13%	9%	5%	2%	1%	100%

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Las estadísticas describen la cantidad de personas tanto hombres como mujeres, que existen dentro de los rangos de edad que establece el INEC de la población de Pascuales; del cuadro se percibe que después de ser la mayoría los niños y pre adolescentes entre 1 a 15 años con un 32% de su totalidad, se sitúa en un segundo lugar la población entre las edades de 25 a 35 años con un 20%, seguido de un 19% las personas con edades entre 15 a 25 años. Posterior a eso, con un 13% de los habitantes están los de edades que comprenden entre 35 a 45 años, a partir de esto empieza a decrecer el porcentaje a medida que aumentan los años del grupo de personas restantes, siendo así un 9% que tiene de 45 a 55 años, 5% de 55 a 65 años, 2% de 65 a 75 años, y por último el 1% las personas cuya edad fluctúan entre 75 a 100 años o más.

**Tabla 10.- Estado conyugal de personas de 12 años y más**

ESTADO CONYUGAL DE PERSONAS DE 12 AÑOS Y MAS						
Estado conyugal						
Casado/a	Unido/a	Separado/a	Divorciado/a	Viudo/a	Soltero/a	Total
11.231	18.842	4.659	515	1.537	18.248	55.032
20,41 %	34,24 %	8,47 %	0,94 %	2,79 %	33,16 %	100,00 %

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Según los porcentajes sobre el estado conyugal de los habitantes de Pascuales cuyas edades son mayores a 12 años, lo cual representa un total de 55.032

personas en este campo, revela que la mayoría de ellos con un 34.24% representando a 18.842 son unidos(as), es decir, no han contraído matrimonio sino unión libre. Seguido de un 33.16% siendo 18.248 solteros (as). El 20.41% que representa 11.231 de la población son casados (as). El 8.47% son separados (as), siendo los pertenecientes a este grupo 4.659. De ahí el 2.79% son viudos (as) que en cantidad son 1.537 personas. Y finalmente, 515 divorciados (as) teniendo el mínimo porcentaje dentro de la población de este segmento con el 0.94%.

**Tabla 11.- Nivel de población de 15 años y más**

NIVEL DE POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MAS											
Nivel de instrucción al que asiste o asistió											
Ninguno	Centro de Alfabetización	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Educación Media	Ciclo Postbachillerato Superior	Postgrado	Se ignora	Total	
2.443	276	134	15.772	17.099	2.009	5.692	838	4.529	181	1.868	50.841
4,81 %	0,54 %	0,26 %	31,02 %	33,63 %	3,95 %	11,20 %	1,65 %	8,91 %	0,36 %	3,67 %	100,00 %

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Las estadísticas hacen referencia a la población mayor de 15 años según su nivel de instrucción, y hasta que nivel alcanzó dentro de su educación. Del total de 50.841 personas encuestadas por el INEC de ambos sexos, femenino y masculino, 2.443 no pertenecen ni han pertenecido a ningún centro de estudios, 276 asisten a centros de alfabetización, 134 están en preescolar, 15.772 tienen estudios primarios, 17.099 personas que son la mayoría de este segmento encuestado tienen instrucción secundaria, lo que significa que la población de Pascuales en su mayoría solo llegaron a tener estudios de segundo nivel. De

educación básica 2.009 personas, de educación media 5.692, post ciclo bachillerato 838, los que cursan o han cursado estudios superiores o universitarios son 4.529 de la población total, los que han cursado un postgrado son 181 personas y los que se ignora 1.868.

**Tabla 12.-** Población económicamente activa de 10 años y más

<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 10 AÑOS Y MAS</b>		
<b>Sexo</b>		
<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
21.466	8.813	30.279

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

La población económicamente activa (PEA) son aquellas personas que se desempeñan en algún puesto de trabajo y también los que deseando tenerlo y teniendo las capacidades no tienen la oportunidad. Es decir, dentro de la PEA existe el grupo que está ocupado, llamados trabajadores, y que tienen su empleo donde son remunerados, y por el otro grupo está el resto que aunque tienen los deseos de trabajar no están ocupados y reciben la condición de parados. (Martín Simón, 2003. Pg 301). Y es así, que de la población de Pascuales de 30.279 habitantes que pertenecen a este grupo encuestados por el INEC y que son mayores de 10 años, 21.466 son hombres y 8.813 son mujeres que pertenecen a la Pea.



**Tabla 13.-** Población económicamente activa de 10 años y más – Grupos de edad

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 10 AÑOS Y MAS						
Grupos de edad						
De 10 a 25	De 25 a 40	De 40 a 55	De 55 a 70	De 70 a 85	De 85 a 100 y más	Total
6.563	13.821	7.386	2.253	244	12	30.279

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

El gráfico muestra la PEA segmentada por grupos de edad, donde los encuestados mayores de 10 años reflejan los datos de la siguiente manera: de 10 a 25 años hay 6.563 personas, de 25 a 40 años hay 13.821 habitantes siendo ellos el mayor grupo en rango de edad que pertenecen a la población activa, los de 40 a 55 años son 7.386, de 55 a 70 años hay 2.253, de 70 a 85 años existen 244 personas, y por último el segmento de 85 a 100 años en adelante hay 12 personas que aún se encuentran dentro la PEA.

**Tabla 14.-** Población económicamente activa de 10 años y más – Tipo de actividad

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 10 AÑOS Y MAS							
Tipo de actividad							
Trabajó al menos 1 hora	no trabajó pero si tiene trabajo	Al menos 1 hora en servicios o fabricación de productos	Al menos 1 hora en negocio familiar	Al menos 1 hora realizó labores agrícolas	Cesante	Busca trabajo por primera vez	Total
24.574	1.421	1.063	724	235	380	1.882	30.279
81,16 %	4,69 %	3,51 %	2,39 %	0,78 %	1,25 %	6,22 %	100,00 %

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

De la población económicamente activa, hay diversas actividades en las que los pascualesños se desenvuelven y en este cuadro indica su tiempo en cierta area en la cual trabajan. El mayor porcentaje lo tienen las personas que trabajaron al menos una hora, siendo estos 24.574 que representa al 81.16% del total del segmento encuestado. No trabajó, pero si tiene trabajo 1.421. Trabajó al menos una hora en servicios o fabricacion de productos 1.063 pobladores. 724 personas trabajaron al menos una hora en negocio familiar, 235 al menos una hora en labores agrícolas, 380 cesantes y 1882 habitantes de este grupo buscan trabajo por primera vez.

**Tabla 15.-** Población económicamente activa de 10 años y más –Rama de actividad

<b>POBLACIÓN OCUPADA DE 10 AÑOS Y MAS</b>							
<b>Rama de actividad (Primer nivel)</b>							
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Explotación de minas y canteras	Industrias manufactureras	Suministro de electricidad, gas, vapor y a/c	Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	Construcción	Comercio al por mayor y menor	Transporte y almacenamiento
948	26	5.386	68	181	2.943	6.22	2.069
3,38 %	0,09 %	19,22 %	0,24 %	0,65 %	10,50 %	22,20 %	7,38 %
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	Información y comunicación	Actividades financieras y de seguros	Actividades inmobiliarias	Actividades profesionales, científicas y técnicas	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	Administración pública y defensa	Enseñanza
1.414	184	71	79	264	1.267	753	835
5,05 %	0,66 %	0,25 %	0,28 %	0,94 %	4,52 %	2,69 %	2,98 %

Actividades de la atención de la salud humana	Artes, entretenimiento y recreación	Otras actividades de servicios	Actividades de los hogares como empleadores	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	no declarado	Total
421	188	590	1.689	3	2.418	<b>28.017</b>
1,50 %	0,67 %	2,11 %	6,03 %	0,01 %	8,63 %	100,00 %

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Dentro de las ramas de actividades a las que se dedican los pobladores de Pascuales mayores a 10 años, se dividen de la siguiente manera según encuestas del INEC: en Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca hay 948 personas dedicadas a esta labor. 26 se desempeñan en explotación de minas y canteras. 5.386 dedicados a industrias manufactureras. En suministros de electricidad, gas, vapor y a/c trabajan 68 personas. En distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos trabajan 181 personas. En el área de construcción trabajan 2.943 personas. La mayoría de la población está dedicada al comercio al por mayor y menor, lo que refleja que la productividad de la zona gira entorno al comercio siendo ellos 6.220. En transporte y almacenamiento trabajan 2.069 personas. 1.414 en actividades de alojamiento y servicio de comidas. 184 en información y comunicación. 71 en actividades financieras y de seguros. 79 en actividades inmobiliarias. 264 en actividades profesionales, científicas y técnicas. 1.267 en actividades de servicios administrativos y de apoyo. 753 en administración pública y defensa. 835 se dedican al área de la enseñanza. 421 trabajan en actividades de la atención de la salud humana. 188 laboran en artes, entretenimiento y recreación. 590 en otras actividades de servicios. 1.689 en actividades de los hogares como empleadores. El menor porcentaje con el 0.01%

siendo 3 personas se dedican a actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales. Finalmente, 2.418 no declarados.

**Tabla 16.-** Población ocupada de 10 años y más – Grupo de ocupación

POBLACIÓN OCUPADA DE 10 AÑOS Y MAS											
Grupo de ocupación (Primer Nivel)											
Directores y gerentes	Profesionales científicos e intelectuales	Técnicos y profesionales del nivel medio	Personal de apoyo administrativo	Trabajadores de los servicios y vendedores	Agricultores y trabajadores calificados	Oficiales, operarios y artesanos	Operadores de instalaciones y maquinaria	Ocupaciones elementales	Ocupaciones militares	no declarado	Total
301	954	811	1.538	6.092	504	5.745	3.577	6.045	23	2.427	28.017
1,07 %	3,41 %	2,89 %	5,49 %	21,74 %	1,80 %	20,5%	12,77 %	21,58 %	0,08 %	8,6 %	100 %

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Los datos reflejados en este gráfico describen el grupo de ocupación de primer nivel en los que trabajan los habitantes de Pascuales mayores a 10 años, siendo así la mayoría de ellos trabajadores de servicios y vendedores con una cifra de 6.092, seguido de ocupaciones elementales de los cuales son 6.045. Los oficiales, operarios y artesanos son 5.745. Los operadores de instalaciones y maquinaria son 3.577. Los no declarados son 2.427. Al grupo de personal de apoyo administrativo pertenecen 1.538 personas. Los profesionales, científicos e intelectuales son 954. Técnicos y profesiones del nivel medio hay 811. Los agricultores y trabajadores calificados son 504. Entre directores y gerentes destacan 301 pobladores. Y en ocupaciones militares existen 23 habitantes.

**Tabla 17.-** Población ocupada de 10 años y más – Categoría de ocupación

<b>POBLACIÓN OCUPADA DE 10 AÑOS Y MAS</b>									
<b>Categoría de Ocupación</b>									
<b>Empleado/a u obrero/a del Estado,</b>	<b>Empleado/a u obrero/a privado</b>	<b>Jornalero/a o peón</b>	<b>Patrono/a</b>	<b>Socio/a</b>	<b>Cuenta propia</b>	<b>Trabajador/a no remunerado</b>	<b>Empleado/a doméstico/a</b>	<b>Se ignora</b>	<b>Total</b>
1.818	12.745	1.619	429	197	7.049	400	1.762	1.998	28.017
6,49 %	45,49 %	5,78 %	1,53 %	0,70%	25,16 %	1,43 %	6,29 %	7,13%	100%

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Según la categoría de ocupación indica que el 45.49% del grupo encuestado que es la mayoría de la totalidad son empleados u obreros privados, que en cantidad de personas representa 12.745. Posteriormente se encuentran 7.049 trabajadores quienes lo hacen por cuenta propia, lo que en porcentaje significa el 25,16%. El 7.13% que son 1.998 se ignora. Seguido del 6,49% que son 1.818 empleados u obreros del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, o Juntas Parroquiales. El 6,29% ,es decir, 1.762 son empleadas domesticas. 1.619 que se muestra con un 5.78% se ocupan como jornaleros o peón. 429 son patronos. 400 son trabajadores no remunerados. Y al último se encuentra los 197 socios con un porcentaje del 0.70.

**Tabla 18.-** Población económicamente inactiva de 10 años y más - Sexo

<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA DE 10 AÑOS Y MAS</b>		
<b>Sexo</b>		
<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
<b>9.763</b>	<b>18.390</b>	<b>28.153</b>

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Dentro del grupo de la población económicamente inactiva (PEI) se encuentran los incapacitados, jubilados, estudiantes, amas de casa, entre otros. (Martín Simon, 2003). De los pobladores de Pascuales mayores a 10 años se hallan en menor cantidad los hombres estando dentro de esta zona 9.763, mientras que el mayor grupo de inactividad lo tienen las mujeres siendo ellas 18.390.

**Tabla 19.-** Población económicamente inactiva de 10 años y más – Grupos de edad

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA DE 10 AÑOS Y MAS						
Grupos de edad						
De 10 a 25	De 25 a 40	De 40 a 55	De 55 a 70	De 70 a 85	De 85 a 100 y mas	Total
14.956	6.237	3.546	2.173	1.039	202	28.153

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

La PEI esta separada en grupos de edad donde se refleja la cantidad de personas que estan dentro de ese segmento. Entre las edades de 10 a 25 años esta el mayor grupo de pobladores económicamente inactivos con una cifra de 14.956. A continuación, de 25 a 40 años hay 6.237. De 40 a 55 años existen 3.546 habitantes. De 55 a 70 años son 2.173. De 70 a 85 años son 1.032. y finalmente, los pobladores de 85 a 100 años en adelante son 202 los que permanecen inactivos.

### 3.3. Segmentación del mercado de la parroquia Pascuales

De las estadísticas dadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el 2010 donde muestra las cifras y porcentajes de la población de Pascuales y otras variables más que se revisaron en el punto anterior, a continuación se detalla puntualmente graficas sobre el segmento que compete para la investigación de este trabajo.

Es decir, estadísticas de la población de Pascuales por sexo, refiriendose específicamente al género femenino, estudio de este diagnóstico a analizar.

Como se definió en la tabla 1 de la población por sexo según fuente del INEC del censo poblacional del 2010, revela que en la parroquia Pascuales hay 74.932 habitantes en total, de los cuales mayoritariamente son del genero masculino en un 52,82% que en cifras representa 39.582 habitantes. Pero ahora el enfoque se va a realizar hacia la mujer, que ocupa el 47,18% del total de la población de Pascuales, con una cifra de 35.350.

**Tabla 20.-** Población según grupos de edad - Mujeres

POBLACIÓN SEGÚN GRUPOS DE EDAD - MUJERES								
De 1 a 15 años	De 15 a 25 años	De 25 a 35 años	De 35 a 45años	De 45 a 55 años	De 55 a 65 años	De 65 a 75 años	De 75 a 100 años y más	TOTAL
11.365	6.571	6.902	4.666	3.051	1.628	749	417	35.350

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

De la población femenina de Pascuales que pertenece a la cifra de 35.350, se dividen de la siguiente forma según los grupos de edad. Las mujeres de 1 a 15 años son 11.365 siendo la mayoría en este segmento de todo los grupo de edades, las mujeres de 15 a 25 años son 6.571. Las mujeres de Pascuales que su edad fluctúa entre 25 a 35 años son 6.902. De 35 a 45 años son 4.666 mujeres. En el

segmento de 45 a 55 años pertenecen 3.051 mujeres. De 55 a 65 años son 1.628 mujeres. De 65 a 75 años hay 749 mujeres. Y por último, de 75 a 100 años en adelante son 417 mujeres. Dando así el gran total de 35.350 mujeres pascualesñas.

**Tabla 21.-** Nivel de población de 15 años y más (Mujeres) – Nivel de instrucción

NIVEL DE POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MAS - MUJERES											
Nivel de instrucción al que asiste o asistió											
Ninguno	Centro de Alfabetización	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Educación Media	Ciclo Post bachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora	Total
782	88	43	5.048	5.473	643	1.822	268	1.450	58	598	16.274

**Fuente:** INEC, censo poblacional 2010

Para obtener los resultados del nivel de instrucción al que asisten o asistieron las mujeres de la parroquia Pascuales, se consideró este segmento a partir de la edad de 15 años en adelante. Y de esta forma se detalla que del total de 16.274 mujeres, 782 no cuentan con ningún nivel de instrucción. 88 de ellas asisten o asistieron a centro de alfabetización. 43 cuentan con nivel de preescolar. 5.048 tienen estudios primarios. La mayoría de las pascualesñas llegaron hasta estudios secundarios con una cifra de 5.473. 643 estudiaron educación básica. 1.822 tienen educación media. 268 cuentan con ciclo post bachillerato. 1.450 mujeres de Pascuales tienen nivel superior. 58 de ellas alcanzaron a tener un postgrado y 598 de las mujeres habitantes de Pascuales se ignora.



**Tabla 22.-** Población económicamente activa de 10 años y más - Mujeres

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 10 AÑOS Y MAS - MUJERES						
Grupos de edad						
De 10 a 25 años	De 25 a 40 años	De 40 a 55 años	De 55 a 70 años	De 70 a 85 años	De 85 a 100 años y mas	Total
1.910	4.023	2.150	656	71	3	8.813

Fuente: INEC, censo poblacional 2010

De la población económicamente activa de las mujeres mayores a 10 años en adelante, se hallaron los siguientes datos: de la edad de 10 a 25 años que encuentran en la PEA son 1.910 mujeres. De 25 a 40 años hay 4.023 que representa el segmento de una mayoría de mujeres que se encuentran dentro de la población activa. De 40 a 55 años hay 2.150 mujeres. De 55 a 70 años hay 656 mujeres. De 70 a 85 años existen 71 mujeres dentro de la PEA. Y finalmente, mujeres de Pascuales de 85 a 100 años y mas aún hay tres de ellas que trabajan activamente dentro de la población. Lo que resumen el total de 8.813 mujeres de Pascuales que pertenecen a la población económicamente activa de la zona.

**Tabla 23.-** Población económicamente inactiva de 10 años y más - Mujeres

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA DE 10 AÑOS Y MAS - MUJERES						
Grupos de edad						
De 10 a 25 años	De 25 a 40 años	De 40 a 55 años	De 55 a 70 años	De 70 a 85 años	De 85 a 100 años y más	Total
9.770	4.074	2.316	1.419	679	132	18.390

Fuente: INEC, censo poblacional 2010

Dentro de la población económicamente inactiva, se encuentran 18.390 mujeres habitantes de Pascuales, tomadas en cuenta a partir de los 10 años en adelante. Hallando en el rango de 10 a 25 años 9.770 mujeres inactivas. De 25 a

40 años hay 4.074 mujeres. De 40 a 55 años hay 2.316 pascualeñas. De 55 a 70 años existen 1.419 mujeres. Las que tienen de 70 a 85 años son 679. Y finalmente, las mujeres económicamente inactivas de 85 a 100 a más representan 132 del total.

### **3.4. Muestra de Mujeres Emprendedoras**

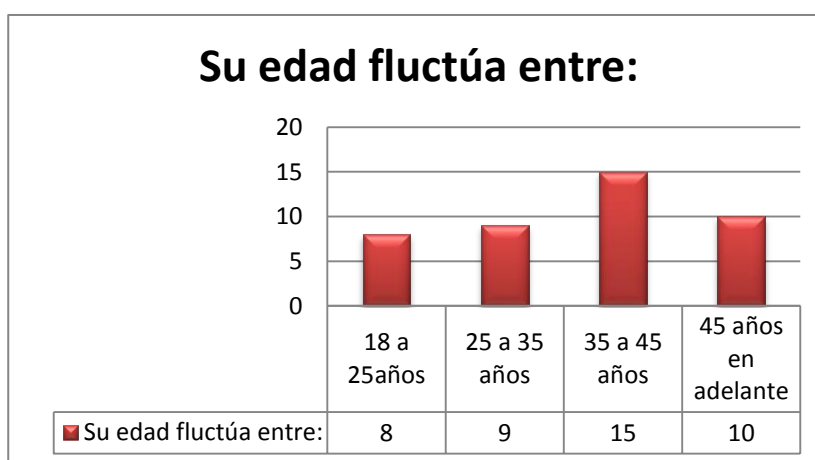
Se realizó una encuesta dirigida focalizadamente a mujeres productivas y emprendedoras, donde ellas son las propietarias de los negocios ubicados a lo largo de la avenida principal llamada Montecristi, que se sitúa a la altura del km 15 vía a Daule, que comprende desde la Iglesia San Juan Bautista, calle Santo Domingo, hasta 2do pasaje 38F No, calle Salitre.

La encuesta arrojó resultados que sirven para el diagnóstico del estado actual de estas mujeres trabajadoras en relación a su edad, nivel de instrucción, quien es el jefe de hogar dentro de su familia, cual fue el motivo por el que decidieron emprender, cuánto dinero necesitaron para poner en marcha su negocio, la forma en que lo financiaron, el área en el que se desenvuelve su emprendimiento, cuánto tiempo tiene en el mercado, cuántas horas le dedica, si cuenta con el apoyo de familiares, si la utilidad que le deja el negocio es suficiente para cubrir sus gastos y necesidades básicas o es necesario tener un trabajo adicional para poder vivir acorde a lo que merece, de cuánto son sus ingresos mensuales, si otro familiar aporta al ingreso del hogar y a que son destinadas esas ganancias. Por otro lado también se preguntó si ha escuchado sobre la venta por catálogo y trabajo multinivel que ofrece la línea cosmética Yanbal y si está inscrita como consultora de belleza.

La encuesta fue realizada en diferentes días y horarios, la primera jornada fue el martes 22 de Octubre del 2013, de 10h00 a 15h30. La segunda jornada fue el Domingo 27 de Octubre del 2013, de 14h00 a 16h00.

Se encontraron 42 mujeres con negocio propio en la avenida principal de Pascuales sector comercial, quienes colaboraron con las encuestas y los resultados reflejaron lo siguiente:

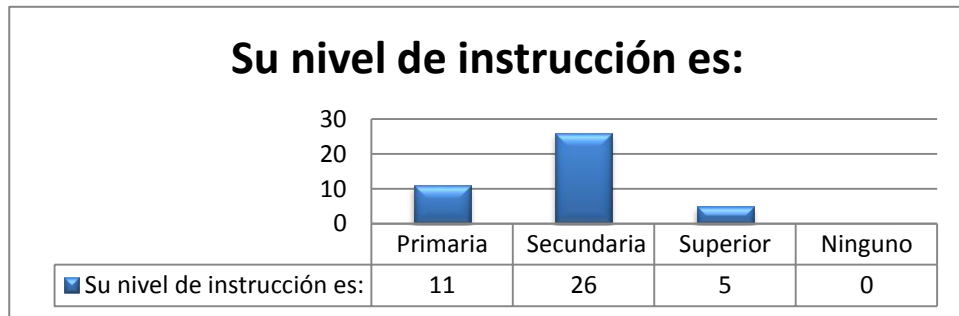
**Ilustración 8.- Edad fluctuante**



Fuente: Elaboración propia

Las edades de las 42 mujeres pascualeñas encuestadas en esta calle, que son emprendedoras y tienen su negocio propio, fluctúan entre los siguientes números: son 8 mujeres que poseen de 18 a 25 años, 9 emprendedoras que poseen de 25 a 35 años, la mayoría de ellas tienen entre 35 a 45 años que representa la mayoría de las encuestadas y 10 tienen 45 años en adelante.

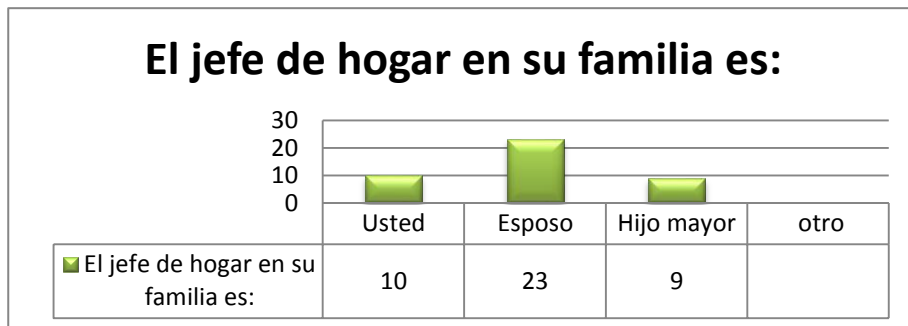
**Ilustración 9.- Nivel de instrucción**



Fuente: Elaboración propia

El nivel de instrucción de las 42 emprendedoras que tienen su negocio en la avenida principal de Pascuales sector comercial, detalla que la mayoría de ellas tiene estudios hasta secundaria siendo 26 mujeres con este nivel. 11 de ellas solo tienen estudios primarios. Y tan solo 5 llegaron al nivel superior o están cursando sus estudios universitarios.

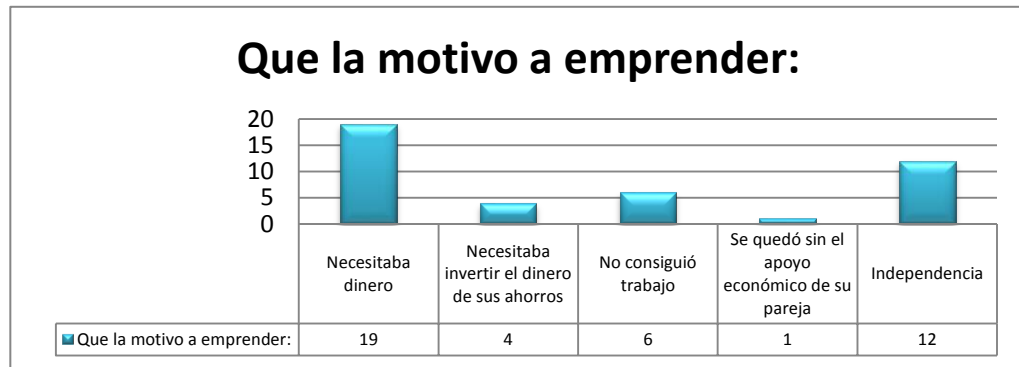
**Ilustración 10.- Jefe de hogar**



Fuente: Elaboración propia

De las 42 encuestadas, 23 afirman que el jefe de hogar son sus esposos, 10 de ellas dicen que el jefe de hogar son ellas mismas y 9 mujeres dicen que son sus hijos mayores.

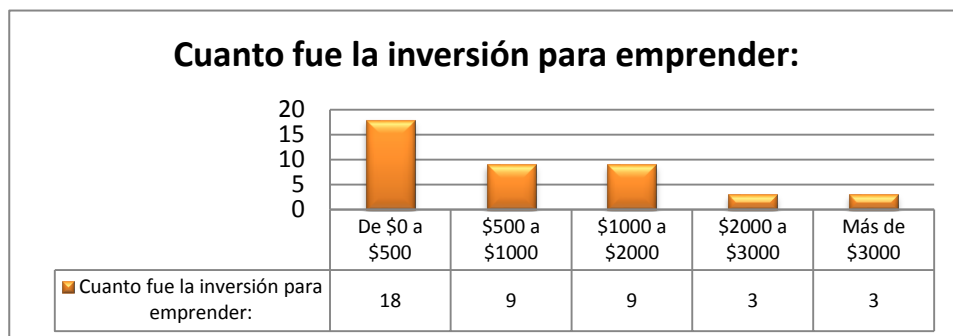
**Ilustración 11.-** Motivos de emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

El motivo que llevo a emprender a estas 42 mujeres, fue el hecho de que la mayoría que necesitaban dinero, afirmando esto 19 de ellas. 12 de ellas fue porque buscaban independencia. 6 porque no conseguían trabajo. 4 encuestadas vieron el emprendimiento como una forma de invertir el dinero que tenían ahorrado. Finalmente, 1 de ellas tomo la decisión de emprender porque se quedo sin el apoyo económico de su pareja.

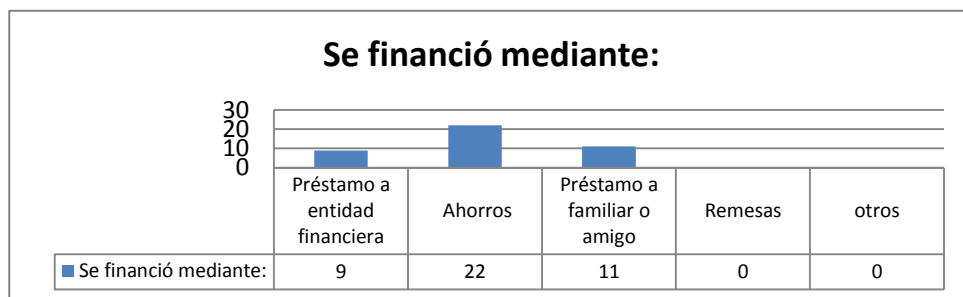
**Ilustración 12.-** Inversión de emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

Para emprender el negocio que las 42 mujeres encuestadas tienen, tuvieron que 18 de ellas iniciar su emprendimiento realizando una inversión económica de hasta \$500, 9 de ellas invirtieron de \$500 a \$1000, así mismo 9 de ellas invirtieron de \$1000 a \$2000, 3 encuestadas realizaron inversión de \$2000 a \$3000 y por último, 3 de ellas invirtieron mas de \$3000 para empezar su negocio propio.

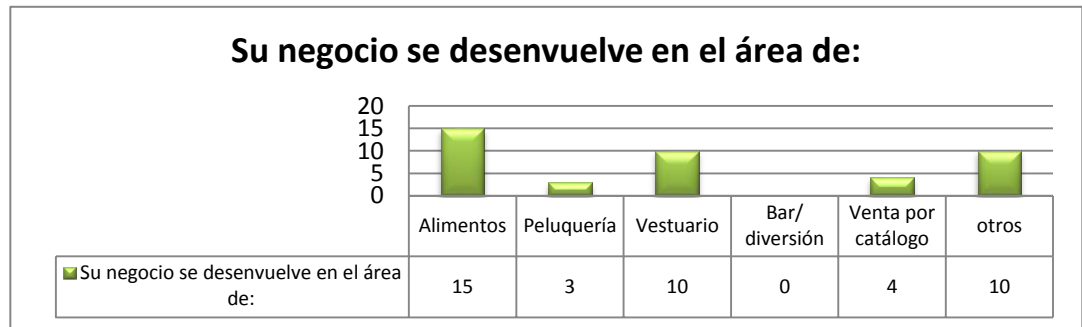
**Ilustración 13.-** Financiamiento



Fuente: Elaboración propia

Para dar marcha al negocio, las 42 mujeres que emprendieron en la avenida Montecristi sector comercial de Pascuales, tuvieron que financiarse mediante los siguientes medios: la mayoría de ellas siendo 22 emprendieron gracias a sus ahorros, 11 de ellas realizaron préstamos a familiares o amigos y 9 mujeres de las encuestadas obtuvieron el financiamiento por préstamos a alguna entidad.

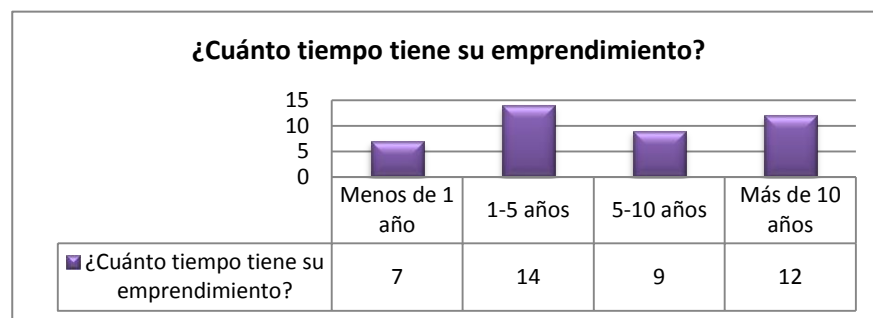
**Ilustración 14.-** Ámbito del Negocio



Fuente: Elaboración propia

Los negocios emprendidos por las 42 mujeres del sector, se dividen así: 15 de ellas están en el área de alimentos, es decir, venta de comida. 10 de ellas se dedican a la venta de ropa. 10 respondieron que otros, siendo estos negocios comprendidos entre confiterías, bazares, cabinas, audiovideo y farmacia. 4 de ellas su negocio es de venta por catálogo. Y 3 poseen su propia peluquería.

**Ilustración 15.-** Tiempo de emprendimiento

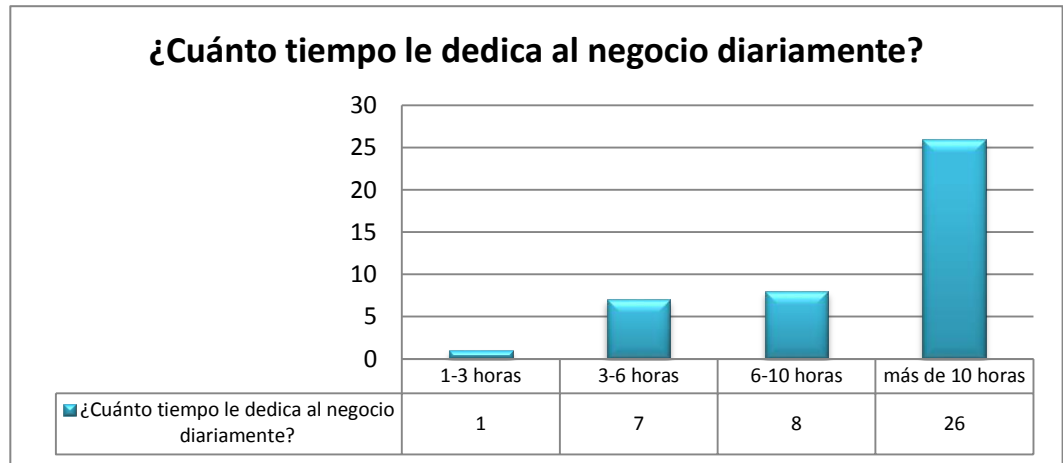


Fuente: Elaboración propia

El tiempo que mantienen su negocio desde que emprendieron es así: 7 de las 42 mujeres tienen menos un año con su negocio. 14 mujeres encuestadas respondieron que su negocio lleva de 1 a 5 años. 9 de ellas tienen de 5 a 10 años

con su emprendimiento. Y 12 emprendedoras llevan más 10 años con su establecimiento.

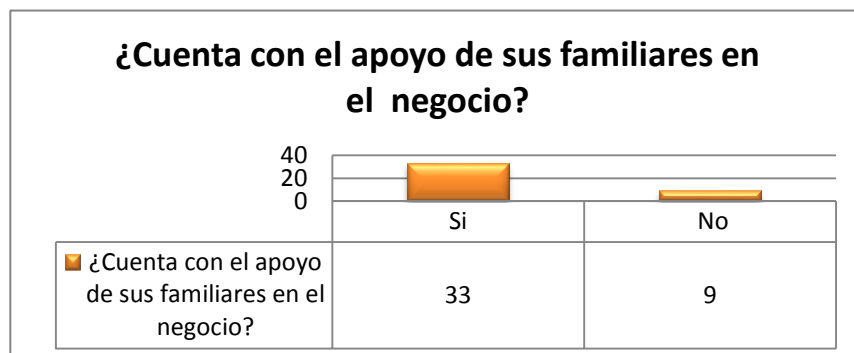
**Ilustración 16.-** Tiempo al Negocio



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las 42 mujeres encontradas que tienen su negocio en la avenida principal de Pascuales sector comercial trabajan mas de 10 horas al dia, reflejando esto 26 de ellas. Seguido por 8 de aquellas que trabajan de 6 a 10 horas diarias. 7 mujeres trabajan de 3 a 6 horas al dia. Y tan solo 1 de ellas trabajan en su negocio de 1 a 3 horas diarias.

**Ilustración 17.-** Apoyo familiar

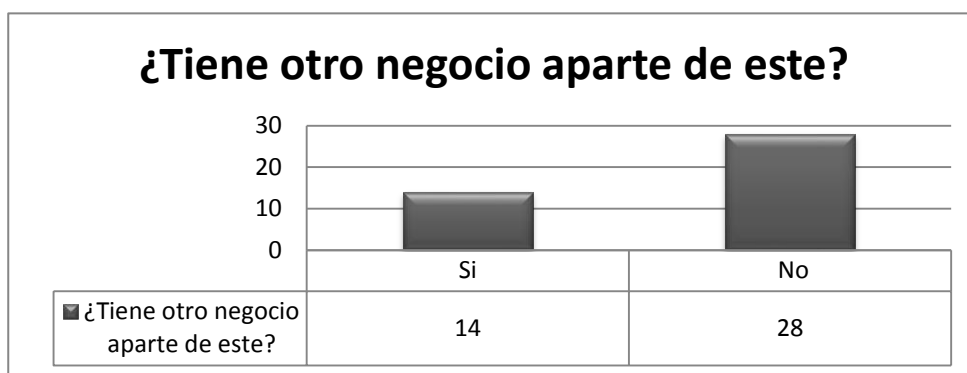


Fuente: Elaboración propia



Del total de emprendedoras, 33 de ellas si cuentan con el apoyo de sus familiares en su negocio propio y 9 de ellas trabajan solas ya que no reciben el apoyo de sus familiares en su negocio.

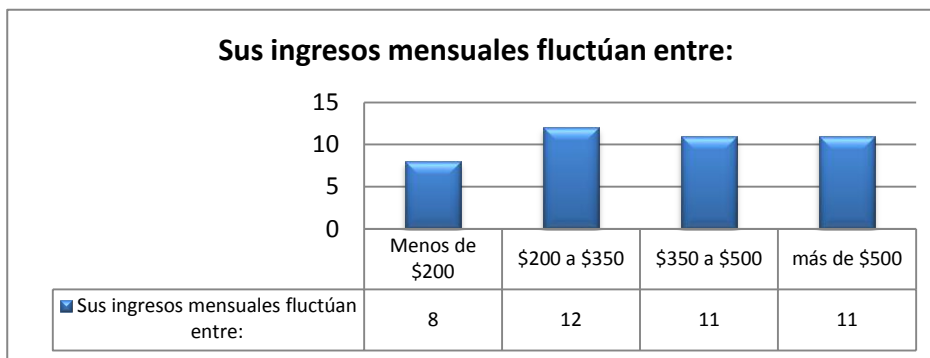
**Ilustración 18.-** Negocios secundarios



Fuente: Elaboración propia

Al encuestar a las 42 mujeres que poseen su emprendimiento, 14 de ellas contestaron que sí tienen otro negocio aparte del que se les encontró trabajando cuando fueron encuestadas. 28 de ellas respondieron que no tienen otro negocio aparte y que únicamente laboran en el sitio donde fueron encontradas al momento de realizarles las encuestas.

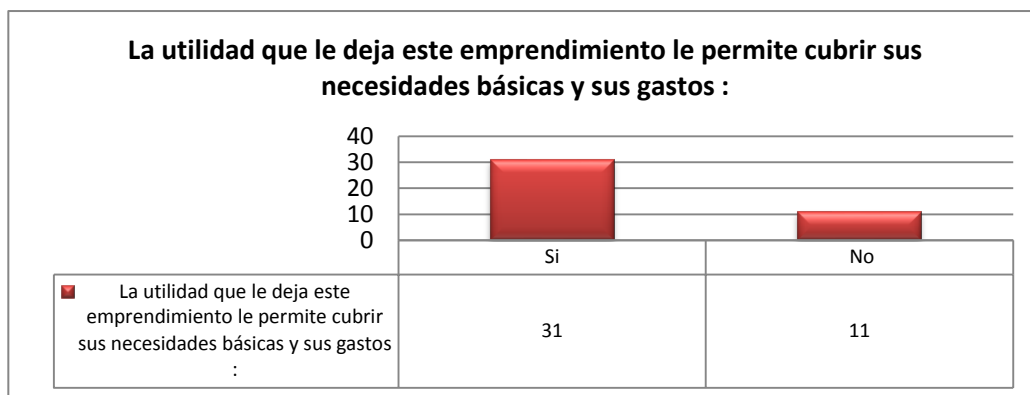
**Ilustración 19.-** Ingreso Mensual



Fuente: Elaboración propia

Los ingresos que generan las 42 mujeres encontradas con sus negocios propios son los siguientes: 8 de ellas tienen ingresos inferiores a \$200 mensuales. 12 de ellas perciben de \$200 a \$350 al mes. 11 mujeres ganan por su negocio de \$350 a \$500. Y 11 de ellas tienen ingresos mayores a \$500 al mes.

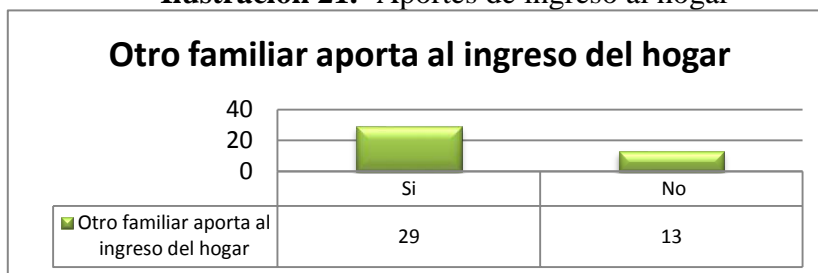
**Ilustración 20.- Utilidades del emprendimiento**



Fuente: Elaboración propia

La utilidad que les deja mensualmente el negocio en el que se desenvuelven, 31 de ellas afirman que sí les permite cubrir sus necesidades básicas y gastos. 11 de ellas aseguran que no son suficientes para cubrir necesidades básicas y gastos que tienen en el mes.

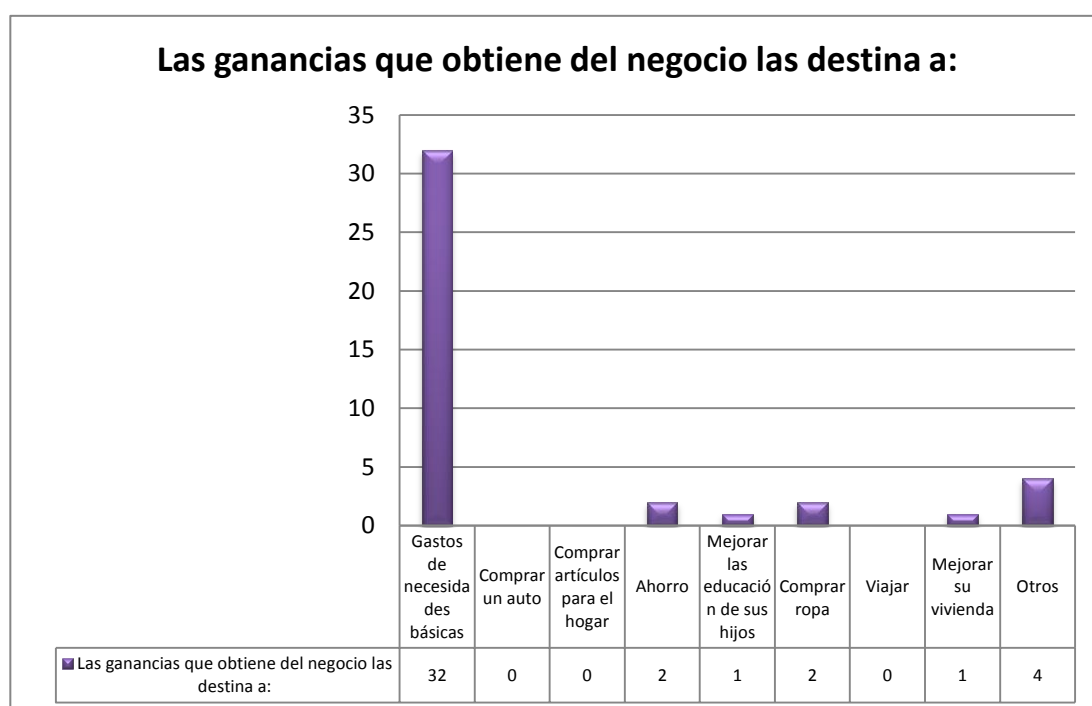
**Ilustración 21.- Aportes de ingreso al hogar**



Fuente: Elaboración propia

Al preguntar si otro familiar contribuye también al ingreso económico del hogar, 29 de ellas respondieron que sí, mientras 13 aseguraron que no, siendo ellas la única fuente de ingresos en su familia.

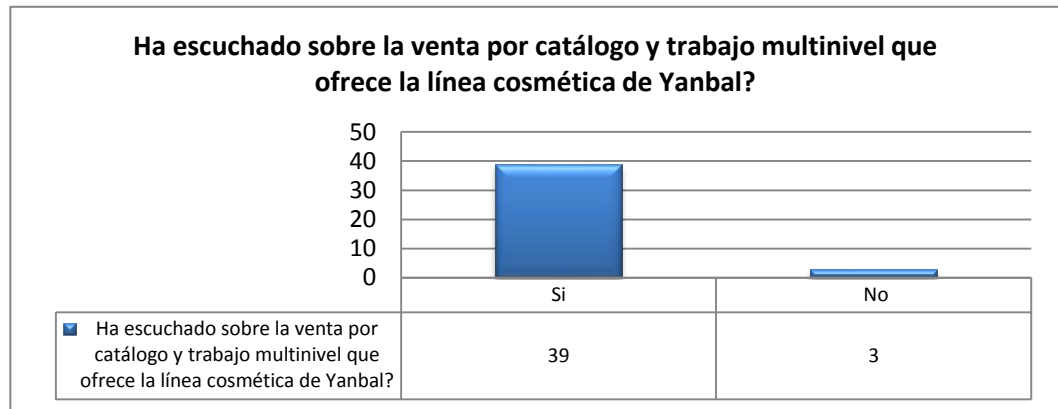
**Ilustración 22.- Destino de ganancias**



Fuente: Elaboración propia

Las ganancias que obtienen de su negocio propio, 32 de ellas siendo la mayoría, las destinan a cubrir su necesidades básicas. Ninguna a comprar un auto. Ninguna a comprar artículos para el hogar. 2 de ellas destinan sus ganancias al ahorro. Una de ellas a mejorar la educación de sus hijos. 2 a comprar ropa. Ninguna a viajar. Una de ellas con sus ganancias esta mejorando su vivienda. 4 mujeres destinan sus ganancias a otros, entre ellos inversión y salud.

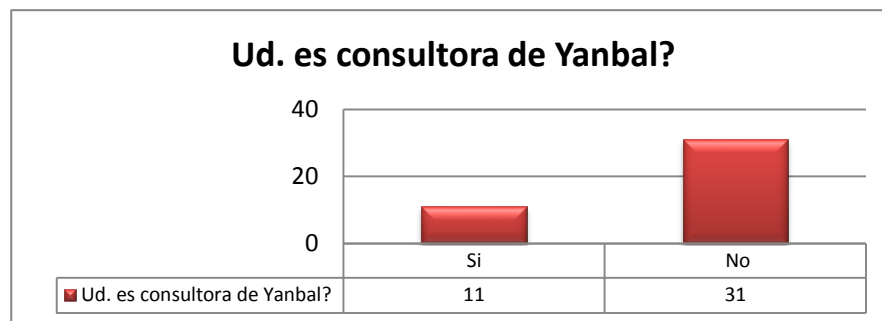
### Ilustración 23.- Ventas por catálogo



Fuente: Elaboración propia

La pregunta que se le realizó a las 42 mujeres encontradas como dueñas de su propio negocio, referente a que si han escuchado sobre la venta por catálogo y trabajo multinivel que ofrece la línea cosmética de Yanbal, 39 contestaron que si sabían de que se trataba y 3 de ellas contestaron que no sabían sobre el tema.

### Ilustración 24.- Consultora de Yanbal



Fuente: Elaboración propia

De las 42 mujeres emprendedoras encontradas con su negocio propio en el sector comercial de la avenida principal de Pascuales, 11 de ellas si estan inscritas como consultoras de Yanbal y 31 no son consultoras de Yanbal.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

#### 4.1. Cuadro comparativo Social: Mujeres Emprendedoras de Pascuales vs. Yanbalistas

A continuación se desarrolla el análisis dentro del cuadro comparativo social de las mujeres que han emprendido bajo el modelo de negocio de Yanbal versus mujeres que han emprendido con negocios convencionales dentro de la avenida principal sector comercial de la parroquia urbana Pascuales. El cuadro ayudará a observar ventajas y desventajas de ambas propuestas para poder concluir que es lo más recomendable para las mujeres del sector.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS		
MUJERES EMPRENDEDORAS YANBALISTAS		
ROLES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultoras</li> <li>• Consultoras estrellas</li> <li>• Directoras Junior</li> <li>• Directoras Senior</li> <li>• Directoras Super Senior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se necesita de un establecimiento comercial, es venta directa por catálogo.</li> <li>• Ganancias ilimitadas.</li> <li>• Comisión mensual.</li> <li>• A mayores ventas, mayores escalas de descuentos.</li> <li>• Combinan las actividades de empresarias con actividades personales y familiares.</li> <li>• Posibilidades de ascender y desarrollarse.</li> <li>• Capacitación constante.</li> <li>• Planificación estratégica de actividades.</li> <li>• Trabajan por cumplimiento de metas.</li> <li>• Programa de incentivos y reconocimientos.</li> <li>• Independencia.</li> <li>• Dueña de su propio negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgo de que los clientes no cumplan con el pago.</li> <li>• No cuenta con acceso a crédito en formas de pago si esta en buró de crédito negativo.</li> <li>• Si la consultora no realiza pedido no percibe ganancias.</li> <li>• Si la directora no hace seguimiento a su red, la venta grupal decrece y percibe menos ingresos.</li> <li>• No asisten continuamente a las capacitaciones que dicta la compañía</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libertad de acción.</li> <li>• Organiza su propio tiempo.</li> <li>• Flexibilidad en los horarios.</li> <li>• No sufre discriminación.</li> <li>• No descuida a su familia</li> </ul>	
--	--	--

<b>VENTAJAS Y DESVENTAJAS</b>		
<b>MUJERES EMPRENDEDORAS DE PASCUALES</b>		
<b>ROLES</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurante</li> <li>• Peluquería</li> <li>• Venta de ropa</li> <li>• Despensas</li> <li>• Bazar</li> <li>• Farmacia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Independencia.</li> <li>• Ingresos económicos diarios.</li> <li>• Dueña de su propio negocio.</li> <li>• Libertad de acción.</li> <li>• Organiza su propio tiempo.</li> <li>• Flexibilidad en los horarios.</li> <li>• No sufre discriminación.</li> <li>• No descuida a su familia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajan durante largas jornadas, más de 10 horas diarias.</li> <li>• Tienen que esperar a que los clientes vayan hacia ellas.</li> <li>• Pago por alquiler de local.</li> <li>• No reciben capacitación.</li> <li>• No cuentan con posibilidades de ascenso.</li> <li>• No planifican estratégicamente sus actividades a realizar.</li> <li>• No tienen un programa de incentivos ni reconocimientos a su trabajo.</li> </ul>

#### **4.2. Cuadro comparativo Económico: Mujeres Emprendedoras de Pascuales vs. Yanbalistas**

A continuación se desarrolla el análisis dentro del cuadro comparativo económico de las mujeres que han emprendido bajo el modelo de negocio de Yanbal versus mujeres que han emprendido con negocios convencionales dentro de la avenida principal sector comercial de la parroquia urbana Pascuales. El cuadro ayudará a observar los ingresos mensuales y anuales de ambas propuestas para poder concluir que es lo más recomendable para las mujeres del sector.

<b>CUADRO COMPARATIVO ECONÓMICO: ACTIVIDADES DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DEL SECTOR COMERCIAL DE PASCUALES</b>			
<b>YANBALISTAS</b>			
<b>ROLES</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>	<b>COMPENSACIÓN</b>
<b>Consultora:</b> Inversión inicial de consultora: <b>\$19</b> de la inscripción.	Consultoras: dependiendo su monto de venta y la cantidad de pedidos al mes, obtienen el 25%, 30%, 35% y 40% de ganancia por cada pedido. Por un pedido al 40% de ganancia puede obtener <b>\$400</b> .	<b>Consultora: \$400</b> mensuales, anualmente representan <b>\$4,800</b> .	<b>Directoras:</b> Bonos de <b>\$150, \$200, \$300</b> mensuales. Autos 0kms. Viajes nacional e internacional. Premios
<b>Ganancia directora Junior</b> (Directora única en Av. Principal Pascuales) Entrevista en Anexo	<b>Directora Junior</b> (Nancy Sorroza): Sus ganancias fluctúan entre <b>\$900</b> y <b>\$1,300</b> mensuales.  La directora Junior recibe comisión mensual del <b>11%</b> por la venta que todo su grupo realice, sobre la base mínima de <b>\$6300</b> . Ganancia mínima: <b>\$693</b>	<b>Directora Junior</b> (Nancy Sorroza): Con la media mensual de <b>\$1,100</b> , anualmente representan <b>\$13,200</b> La directora Junior con <b>\$693</b> mensuales, anualmente representan <b>\$8,316</b> .	
<b>*Directora Senior</b>	<b>*Directora Senior:</b> Recibe comisión mensual del <b>11%</b> por la venta que todo su grupo realice, sobre la base mínima de <b>\$6300</b> . Recibe comisión del <b>4%</b> por la venta que realice su directora hija, sobre la base mínima de <b>\$6,300</b> . Ganancia mínima propia: <b>\$693</b> Ganancia mínima hija: <b>\$252</b> . TOTAL <b>\$945</b> .	<b>*Directora Senior:</b> <b>\$945</b> mensuales, anualmente representan <b>\$11,340</b> .	
<b>*Directora Super Senior</b>	<b>*Directora Super Senior:</b> Recibe comisión mensual del <b>11%</b> por la venta que todo su grupo realice, sobre la base mínima de <b>\$9000</b> . Recibe comisión del <b>4.5%</b> por la venta que realicen sus tres directoras hijas, sobre la base mínima de <b>\$6,300</b> . Ganancia mínima propia: <b>\$990</b> Ganancia mínima hijas: <b>\$851</b> . TOTAL <b>\$1,841</b> .	<b>*Directora Super Senior:</b> <b>\$1841</b> mensuales, anualmente representan <b>\$22,092</b> .	
*En toda la parroquia Pascuales, el nivel máximo de estatus de directoras de Yanbal existente es hasta el nivel de Super Senior.			

**CUADRO COMPARATIVO ECONÓMICO:  
ACTIVIDADES DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DE LA AVENIDA PRINCIPAL DE  
PASCUALES**

<b>NO YANBALISTAS</b>			
<b>ROLES</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>	<b>COMPENSACIÓN</b>
Inversión inicial promedio: <b>\$500</b>	Promedio general de ganancias según fuente propia de 42 mujeres encuestadas:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurante</li> <li>• Peluquería</li> <li>• Venta de ropa</li> <li>• Despensa</li> <li>• Bazar</li> <li>• Farmacia</li> </ul>	8 de ellas perciben mensualmente menos de <b>\$200</b> .	Ingresos mensuales de <b>\$200</b> , anualmente representan <b>\$2,400</b> .	No cuentan con programa de compensación ni reconocimiento por su trabajo realizado.
	12 de ellas perciben mensualmente entre \$200 a <b>\$350</b> .	Con la media mensual de <b>\$275</b> , anualmente representan <b>\$3,300</b> .	
	11 de ellas perciben mensualmente entre \$350 a <b>\$500</b> .	Con la media mensual de <b>\$425</b> , anualmente representan <b>\$5,100</b> .	
	11 de ellas perciben mensualmente más de <b>\$500</b>	Ingresos mensuales de <b>\$500</b> o más, anualmente representa <b>\$6,000</b>	



# CAPITULO V

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

- El emprendimiento es la alternativa de independencia que genera fuentes de ingresos propios, siendo dueñas de su propio tiempo y ganancias. La mujer actualmente aporta a la economía del hogar con el propósito de incrementar la riqueza familiar.
- Pascuales, parroquia urbana de Guayaquil, vive del comercio al por mayor y al por menor y eso se ve reflejado en la avenida principal donde se concentra la actividad comercial de lunes a Domingo durante más de 10 horas al día en los 135 negocios existentes.
- La mayoría de la población son hombres, pero la mujer ha sabido ganarse su espacio tanto en el ámbito familiar y laboral. La generalidad en las mujeres pascualeñas es que tienen estudios de segundo nivel, es decir hasta secundaria. La gran parte de ellas su estado conyugal es solteras o unidas.
- Dentro de la población económicamente activa (PEA) la mujer en Pascuales tiene una baja participación en relación al hombre. Y las que se encuentran dentro de este segmento de mujeres económicamente activas, son aquellas con edades que fluctúan entre 25 a 40 años en su mayoría.
- Del segmento estudiado, fueron 42 negocios encontrados emprendidos por mujeres a lo largo de la avenida principal. En gran parte son los restaurantes los que lideran la lista. Teniendo estas mujeres que se hallaron edades que fluctúan entre los 35 a 45 años, con estudios secundarios, sus esposos son los jefes de hogar, con necesidad de emprender por las falta de dinero, financiadas por los ahorros que tenían. Sus emprendimientos tienen la mayor parte un

período de 1 a 5 años ya funcionando, al que le dedican más de 10 horas diarias y reciben el apoyo de sus familiares, siendo este para la mayoría el único negocio y fuente de ingresos que poseen ellas.

- Los resultados de sus ingresos económicos mensuales son diversos entre este grupo de 42 mujeres productivas del sector. 8 de ellas tienen ingresos inferiores a \$200 mensuales; 12 de ellas perciben de \$200 a \$350 al mes; 11 de ellas ganan de \$350 a \$500; y 11 de ellas tienen ingresos mayores a \$500 al mes. Lo que quiere decir que no hay igualdad de ganancias entre ellas, ya que existen mujeres que reciben al mes menos de \$200 mientras otras ganan más de \$500. A pesar de que cada rango de ganancias cuenta con la cantidad de personas encuestadas muy similar a los otros rangos.
- La mayoría de las 42 mujeres afirma que la utilidad que genera su negocio le permite cubrir las necesidades básicas que es el mayor gasto que tienen, y la diferencia afirma que no es suficiente. Casi todas destinan sus ganancias a cubrir las necesidades básicas, lo cual no les permite comprarse un auto, artículos para mejorar su hogar, viajar, mejorar su vivienda u otras actividades extras.
- Solo 11 de este grupo de 42 emprendedoras de Pascuales pertenecen a la empresa de venta directa y multinivel Yanbal. Trabajar como empresaria independiente en Yanbal es una propuesta para incrementar los ingresos de las mujeres, mejorar su calidad de vida y obtener planes de compensación por su trabajo y esfuerzo. Las yanbalistas reciben ganancias en efectivo, bonos, premios, viajes, autos, reconocimientos y oportunidades de ascenso.
- En Pascuales hay 14 directoras de Yanbal de estatus Junior, Senior y Super Senior y 1076 consultoras. Del grupo de las 11 yanbalistas que están en la avenida principal del sector comercial, 10 son consultoras y 1 es Directora Junior. La Directora Junior, Nancy Sorroza, además de trabajar como

empresaria independiente en Yanbal, es Química y farmacéutica, propietaria del Laboratorio Clínico “Dayana”. Con ingresos mensuales solo por Yanbal de \$900 a \$1,300. Ha obtenido bienes por su trabajo en Yanbal. Sus ingresos del laboratorio clínico son superiores.

- Las mujeres que poseen sus emprendimientos en la avenida principal de Pascuales, destinan mucho tiempo a sus negocios en el que no están viendo resultados económicos mayores en relación al tiempo invertido, sus ganancias apenas alcanzan para cubrir necesidades básicas y se percibe que su permanencia en la zona cómoda no parece afectarles o incomodarles porque se han acostumbrado a llevar ese estilo de vida.
- Se concluye que el modelo de negocio de Yanbal es una buena propuesta de trabajo, ya que se obtienen ganancias económicas y adicionalmente reconocimientos por el esfuerzo y cumplimiento de metas. Es un negocio al que aún muchas de las 42 mujeres productivas de este sector le temen, no han tomado la decisión o no se arriesgan a emprender por la falta de conocimiento, preparación o porque no han descubierto la habilidad de líderes en ellas.
- Se sugiere que se tome como opción incursionar en el mundo de la venta directa y multinivel de Yanbal, ya que podría sumar una significativa cantidad de dinero extra a sus ya ingresos existentes, y por qué no, si se enfoca y se prepara capacitándose en los entrenamientos que dicta la empresa Yanbal, pueda tener una balanza y medir beneficios sociales y económicos adoptando ese modelo de negocio y termine eligiéndolo como su negocio principal, como buena iniciativa para mejorar su calidad de vida y la de su familia.

## **5.2. Recomendaciones: acciones complementarias.**

Como acciones complementarias a las gestiones de desempeño de las mujeres productivas del sector comercial de Pascuales, para que mejoren sus negocios, incrementen ingresos y su microempresa sea sostenible y rentable a lo largo del tiempo, se recomiendan acciones que puedan contribuir a su desarrollo.

En el caso de las emprendedoras que tienen sus peluquerías, restaurantes, despensas, venta de ropa, bazares y demás locales comerciales que se encontraron entre las 42 mujeres de la zona, el programa que implemento el Municipio de Guayaquil llamado “aprendamos una oportunidad para superarnos” ha servido de manera educativa e innovadora en los pobladores que quieren autosuperarse, aprender o reforzar conocimientos para mejorar sus microempresas. Los cursos son gratuitos y están disponibles por internet, celulares o televisión a cualquier hora del día para fácil acceso de las personas que residen en el país y en el mundo. Estos programas que aportan a las necesidades de los usuarios y son aplicables para el mejoramiento de los negocios mencionados hace un momento de los que son propietarias las 42 pascualeñas, trabajan en 15 áreas diferentes. Pero las competentes para que tomen acción en el segmento en el cual se está trabajando son los siguientes: desarrollo de la pequeña empresa, ventas y atención al cliente, higiene y manipulación de alimentos, computación e internet para todos y cursos de introducción al idioma ingles nivel 1 y nivel 2.

Estos cursos en mención sirven de apoyo en general para el perfeccionamiento de sus microempresas, para que tengan la atención adecuada hacia el consumidor y sepan las técnicas de ventas y cobranzas. En el caso de los restaurantes que cumplan con las medidas higiénicas y la manipulación de los alimentos; computación es un estudio básico para el funcionamiento de todo

negocio, para llevar las finanzas, listado de clientes y mejor desempeño del trabajo; aprender inglés también es un requerimiento por el turismo extranjero que tradicionalmente visita Pascuales.

En el caso de las mujeres que trabajan bajo el modelo de negocio de Yanbal, tanto consultoras como directoras, las acciones complementarias que se sugieren para que su campo de acción se mantenga, mejore y sea rentable para ellas se encuentran las siguientes propuestas: mayor compromiso con la empresa, cumplimiento e implementación de las estrategias que indica Yanbal para el alcance de las metas, asistir constantemente a las capacitaciones que la compañía convoca. Si no se adaptan a los cambios constantes para los que la compañía prepara a su fuerza de ventas, los resultados no serán los esperados ni óptimos para su crecimiento profesional.

## BIBLIOGRAFÍA

- América Economía, edición Ecuador. (Diciembre 2013). “El makeover de Yanbal”. Editorial Vistazo.
- Anzola, Servulo (2005). La actitud emprendedora, espíritu que enfrenta los retos del futuro. Mc Graw Hill. 2ª edición. México.
- Araque, Wilson. (2009). Perfil del emprendedor ecuatoriano. Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Corporación editora nacional. Primera edición. Quito.
- Buela-Casal, Gualberto. Sierra, J. Carlos. (1997). Manual de la evaluación psicológica, fundamentos, técnicas y aplicaciones. Siglo XXI de España editores s.a. España.
- Chinchilla, Nuria. García, Pilar. Mercade, Anna. (1999). Emprendiendo en femenino. Ediciones gestión 2000. 1ª edición. Barcelona, España.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo. UNCTAD. (2004). Entrepreneurship and economic development.
- Diario “El Universo”, suplemento Asociación Ecuatoriana de Venta Directa. Agosto 2012
- Diario “El Universo”. (2004). Pascuales busca rescatar el turismo. Sección El Gran Guayaquil. Publicación 19 de Junio del 2004. Redactora: Margarita Neira
- Estudio de mercado, sobre el impacto socioeconómico de la venta directa en el Ecuador y en el mundo. (Agosto 2012). Fuente: Mind marketing. Muestra 1520 personas, 6 provincias en el Ecuador.
- García Sánchez, María Dolores. (2004). Marketing multinivel. ESIC editorial. Madrid, España.

- Goffe, R. y Scase, R. (1985) *Women in charge: the experience of female entrepreneurs*. London: M. Millan.
- Informe de sostenibilidad y responsabilidad corporativa Yanbal Ecuador 2010-2011. Fecha de publicación: Noviembre 2012.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. INEC. Censo poblacional 2010. Parroquias urbanas de Guayaquil.
- León, María Fernanda. (Agosto 2012). La ética, el marco del comportamiento empresarial de las empresas de venta directa. Diario “El Universo”, suplemento Asociación Ecuatoriana de Venta Directa.
- Manual de políticas y procedimientos Yanbal. (Junio 2010). Políticas vigentes para Ecuador desde Campaña 6 del 2010.
- Martin Simon, Jose Luis. (2003). *Principios de economía*. Editorial Pearson educación. Pag 301. España.
- Midgley, James. (1995) *Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare*, Londres, Sage.
- Página web “Aprendamos una oportunidad para superarnos”. Consultado 13 de Febrero del 2014. [www.fe.org.ec/cursosdeaprendamos](http://www.fe.org.ec/cursosdeaprendamos)
- Pérez, M. Teresa. Arratia, Oscar. Martin, Miguel. Galisteo, Diego. (2009). *Innovación en docencia universitaria con Moodle. Casos prácticos*. Editorial club universitario. España.
- Real academia española, *diccionario de la lengua española*, 22ava edición. Consultado el 23 de Mayo del 2013.
- Valenzuela, María Elena (2005). *¿Nuevo sendero para las mujeres? Microempresa y género en América latina en el umbral del siglo XXI*. LOM ediciones.
- Yanbal, estadísticas de consultoras y directoras Yanbal por Barrios en Pascuales. (Junio del 2013). Fuente: estudio de Yanbal Ecuador.

## **ANEXOS**

### **Entrevistas**

Para tener una visión más amplia sobre el negocio de venta directa y multinivel Yanbal, se realizó la entrevista a un experto, donde contribuyo con el desarrollo del siguiente cuestionario para revisar desde el punto de vista gerencial y conocer su percepción estando dentro de la compañía cosmética Yanbal. Así mismo, a consultoras de Yanbal y no conocedoras de este modelo de negocio donde vamos a citar las frases más importantes.

### **Entrevista a expertos**

#### **Cuestionario 1**

**CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA:** “Diagnóstico de las mujeres emprendedoras de la Parroquia Pascuales de Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal”.

**Formulario N° 1      Ciudad:** Guayaquil      **Fecha:** 16 de Octubre del 2013

**Entrevistado:** Sra. Priscila Molina

**Cargo:** Gerente región 1- zona costa de Yanbal Ecuador

**Entrevistador:** Giuliana Villavicencio

**Forma de Obtención de la Entrevista:** Cita previa

**GV.:** Gracias por recibirme y destinar minutos de su tiempo a esta investigación. Como estudiante de la UEES, uno de los requisitos para obtener mi título de Ingeniera en Ciencias Empresariales es el desarrollo de la tesina, la cual estoy



trabajando con el tema “Diagnóstico de las mujeres emprendedoras de la Parroquia Pascuales de Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal” y estoy segura que con su experiencia como Gerente de esta región y años de trayectoria dentro de la compañía Yanbal, va a ser un importante aporte a esta labor.

*Preguntas generales: Antecedentes*

**1. ¿Qué es Yanbal?**

Yanbal es una empresa de venta directa dedicada a la distribución comercial de productos de belleza, a través de empresarias independientes.

**2. ¿Qué me podría decir de la misión y visión de Yanbal?**

Bueno, nuestra misión es elevar el nivel de vida de la mujer ecuatoriana en el país y de todos los que forman parte de la familia Yanbal International a nivel corporativo, ofreciéndoles la mejor oportunidad de desarrollo económico, profesional y personal, con el respaldo de nuestros productos de belleza con los más altos estándares de calidad mundial.

Y lo que queremos llegar a ser a través de nuestra visión es que seamos reconocidos como la Corporación Latina de venta directa de productos de belleza más prestigiosa y competitiva, basada en nuestra filosofía de "Prosperidad para Todos".

**3. ¿Qué cambios ha tenido Yanbal como empresa en los últimos años?**

En los últimos años nuestra empresa se ha visto volcada en elevar los estándares de satisfacción de nuestra fuerza de ventas, así como incursionar en el desarrollo tecnológico en las diversas áreas que tiene la compañía. Así mismo hemos abierto nuevas oficinas en diferentes lugares en el país.

*Preguntas específicas: Recopilar información sobre el grupo objetivo*

**4. ¿En qué zonas trabaja Yanbal?**

Yanbal está presente en todas las ciudades del país, inclusive hasta donde la Coca Cola no llega.

**5. ¿Qué sector de la ciudad considera que es el que concentra mayoría de mujeres que trabajan en Yanbal? ¿A qué cree que se deba esto?**

Las ciudades en donde tiene mayor participación Yanbal es en Guayaquil y Quito, por lo que es donde se presenta la mayor cantidad de población. Y en cada ciudad, suelen ser los sectores de estatus de clase media y media baja, donde su zona por lo general se mueve fluidamente el comercio y las impulsa a trabajar.

**6. ¿Cuán dispuesto cree usted que puedan estar estas familias a ser parte de entrevistas para investigación?**

Nuestras señoras de Yanbal siempre están dispuestas a ayudar!!!

**7. ¿Cree usted que las yanbalistas le den un correcto uso a sus ganancias?**

Sí, normalmente sus ganancias las destinan para alimentación, educación y cubrir necesidades básicas.

*Preguntas específicas: Recopilar información relacionada al emprendimiento*

**8. ¿Considera usted que el emprendimiento es un mecanismo de desarrollo?**

Claro que sí, de hecho el mensaje de emprender su negocio propio basado en la inversión de un pequeño capital, es lo que ha llevado a muchas directoras a tener su casa propia, autos y ganar viajes.

**9. ¿Cuál cree usted que es el mayor reto para Yanbal para empezar a ayudar a estas familias a emprender formalmente?**

Somos convencidos de la capacitación, es por eso que tenemos implementados una serie de cursos para nuestras señoras, sin embargo muchas veces por factor tiempo u otras ocupaciones no los pueden tomar.

Así que nuestro mayor reto es hacer que ellas salgan de sus casas a capacitarse en nuestros centros u oficinas.

**10. ¿Cómo logra Yanbal llegar a todas estas mujeres y mantener una relación frecuente con ellas?**

Nos basamos en una relación de confianza, la cual se ha construido durante todos estos años, eso hace que la información se difunda a través de diferentes canales, tanto directos como tecnológicos.

**GV:** Le agradezco por su tiempo, he finalizado con la entrevista y su información va a ser útil para mi investigación.

**PM:** Gracias a usted, estoy para servirle.

## **Entrevista a familia**

### **CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA:**

“Diagnóstico de las mujeres emprendedoras de la Parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal”.

#### **Cuestionario 2**

##### **Cuestionario 2.1**

### **CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA DE ESTUDIO DE CASO:**

**Formulario N° 1**                      **Ciudad:** Guayaquil    **Parroquia:** Pascuales

**Fecha:** 22 octubre 2013

**Entrevistado:** María Arreaga

**Características:** Mujer de 30 años, madre de familia, 1 hija de 11 años. Vive con esposo suegra e hija. Trabaja como Consultora de Yanbal, en venta de ropa y pollos.

**Entrevistador:** Giuliana Villavicencio

**GV.:** Gracias por recibirme y destinar minutos de su tiempo a esta investigación. Como estudiante de la UEES, estoy trabajando con el tema “Diagnóstico de las mujeres emprendedoras de la Parroquia Pascuales de Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal”. Básicamente la entrevista se va a dividir en tres partes en las que su información va a apoyar al diagnóstico y análisis del trabajo.

*Preguntas generales: Antecedentes*

#### **1. ¿Hace cuánto tiempo trabaja en Yanbal?**

Voy a tener dos años, en Diciembre del 2011 ingrese.

**2. ¿Por qué decidió inscribirse a esta línea cosmética de venta directa?**

Porque son buenos los productos, la gente me pedía. Primero ayudaba a trabajar a una amiga y después una comadre me dijo yo te inscribo.

*Preguntas específicas: Recopilar información*

**3. ¿Con qué frecuencia percibe sus ganancias?**

Una vez al mes que hago mí pedido a Yanbal.

**4. ¿Tiene usted otros ingresos adicionales a Yanbal dentro de su hogar?**

Si, vendo ropa de catálogo y comerciante, la compro en la Bahía, zapatos de catálogo y todo eso. Vendo Yanbal. Vendo pollo que los compro en una avícola más abajo, también estoy criando y los vendo por libra y entero. La venta de ropa y Yanbal me dejan más ganancia, los obsequios que me da Yanbal los vendo.

**5. ¿En qué gasta el dinero que gana?**

Gasto en mis cosas en la comida, cosas de mi hija del colegio, porque de ahí para mí no, preferible lo invierto.

**6. ¿Qué bienes ha obtenido gracias a Yanbal?**

Pude comprar materiales para construir mi casa. Y los premios que da Yanbal, pavo, bisuterías, las ollas, me he ganado perfumes, tostadoras, licuadoras, ventilador, bastantes cosas ya ni me acuerdo con tantas cosas que me he ganado.

**7. ¿Destina un porcentaje a ahorro?**

Sí, yo ahorro siempre todos los meses cien o ciento cincuenta dólares, los estoy ahorrando hasta diciembre que compro más ropa, cuando esta bueno porque cuando estoy enferma tengo que gastarlos.

*Preguntas específicas: Recopilar información sobre emprendimiento.*

**8. ¿A qué se dedica normalmente?**

Venta de ropa por catálogo y de La bahía, venta de yanbal y pollos.

**9. ¿Tiene otro negocio? O ¿Ha pensado en ponerse un negocio nuevo?**

Quiero vender comida en las noches, viernes sábado y domingo, yo antes lo hacía pero como caí enferma deje de vender.

**10. ¿Ha pensado usted o su esposo en invertir el dinero que ahorran?**

Si, invierto en lo mismo.

**11. Finalmente, ¿Me puede decir que representa Yanbal para usted y para su familia?**

Yanbal me ha gustado más que mi negocio que tengo aquí de verdad, porque aquí si tengo más ganancias, porque los premios que me dan yo los vendo también aparte de lo que yo me gano. Y mi familia me ha apoyado, ha mejorado mi economía en el hogar.

**GV.:** Muchísimas gracias por su valioso tiempo.

## **Entrevista a familia**

**CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA:** “Diagnóstico de las mujeres emprendedoras de la Parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal”.

### **Cuestionario 2**

#### **Cuestionario 2.2.**

#### **CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA DE ESTUDIO DE CASO:**

**Ciudad:** Guayaquil      **Parroquia:** Pascuales      **Fecha:** 1 de Febrero 2014

**Entrevistado:** Química y farmacéutica Nancy Sorroza y MSC

**Características:** Mujer de 54 años, casada, Directora Junior de Yanbal

**Entrevistador:** Giuliana Villavicencio

**GV.:** Gracias por recibirme y destinar minutos de su tiempo a esta investigación. Como estudiante de la UEES, estoy trabajando con el tema “Diagnóstico de las mujeres emprendedoras de la Parroquia Pascuales de Guayaquil, sector comercial de la Avenida Principal”. Usted es la única directora de Yanbal que se ha encontrado en la avenida principal que es el sector comercial de Pascuales y la información que proporcione a este trabajo contribuirá para las conclusiones del caso.

*Preguntas generales: Antecedentes*

#### **1. ¿Hace cuánto tiempo trabaja en Yanbal?**

Trabajo en Yanbal desde que era alumna, desde cuarto año de colegio, y como directora más o menos unos 15 años

**2. ¿Por qué decidió inscribirse a esta línea cosmética de venta directa?**

Cuando era estudiante tenía la cara dañada y comencé a usar los productos y como me hicieron bien la chica que vendía era una compañera del colegio y ella me dijo no te quieres inscribir mejor para que compres los productos y ahí me inscribió.

*Preguntas específicas: Recopilar información*

**3. ¿Con qué frecuencia percibe sus ganancias?**

Mensualmente.

**4. ¿Tiene usted otros ingresos adicionales a Yanbal dentro de su hogar?**

Sí, como química farmacéutica que trabajo en mi laboratorio clínico Dayana, es el único en Pascuales, atiendo como 40 clientes diarios. Tengo 25 años el laboratorio la edad de mi hija. Este año me dan la condecoración de graduada del colegio de químicos.

**5. ¿Cómo se financió para poder iniciar las actividades en su laboratorio?**

Cuando recién pusimos el laboratorio lo pusimos con préstamos y ahorros que teníamos antes. La familia nos ayudó bastante, mi mamá me dió el lugar no pagamos arriendo. Mi tío para el microscopio.

**6. ¿Cuenta con el apoyo de sus familiares?**

Sí, tengo 7 empleados y todos son familia, la secretaria es la novia de mi hijo, el tecnólogo es sobrino de mi esposo, el de la limpieza es sobrino mío y mis dos hijos que aportan. Y mi esposo es el gerente propietario. Trabajamos de 7h15 a 5 de la tarde.

**7. ¿En qué gasta el dinero que gana?**

En las necesidades de uno, casa no porque tengo propia y carro ya lo termine de pagar.

**8. ¿Cuánto gana aproximadamente en Yanbal?**

En Yanbal gano entre 900 y 1300, que es poquito con relación al laboratorio.



**9. ¿Qué bienes ha obtenido gracias a Yanbal?**

Le compre una moto a mi hijo, y con lo que gano en Yanbal es para cosas extras. Pero lo que si hago cada fin de año es decir esto me voy a comprar con Yanbal, el carro también lo compre con yanbal fui ahorrando hasta que tuve la entrada y lo compre. En el carro no tiene nada que ver el laboratorio.

**10. ¿Destina un porcentaje a ahorro?**

No, por ahora no.

*Preguntas específicas: Recopilar información sobre emprendimiento.*

**11. ¿A qué se dedica normalmente?**

Más ejerzo mi profesión de química farmacéutica

**12. ¿Ha pensado en ponerse un negocio nuevo?**

No, lo que hemos pensado es ampliarnos con otro laboratorio, incluso ya nos acreditó el IESS.

**13. ¿Ha pensado usted o su esposo en invertir el dinero que ahorran?**

Por ahora no estamos ahorrando porque hemos adquirido equipos nuevos y estamos pagándolos porque es con facilidades de pagos, estamos pagando deudas.

**14. ¿Me puede definir el verbo emprender en una frase?**

Ejecutar los deseos de superación de cada persona

**15. Finalmente, ¿Me puede decir que representa Yanbal para usted y para su familia?**

Bueno en realidad es la segunda opción de fuentes de ingresos y la ventaja de adquirir los productos a bajo costo porque los uso también gracias a eso estoy más joven de lo que debo.

**GV.:** Muchísimas gracias por su tiempo y valioso aporte a este trabajo.



**Foto 1:** Laboratorista Dra. Nancy Sorroza



**Foto 2:** Entrevista a la Dra. Nancy Sorroza

**FOTOS A MUJERES EMPRENDEDORAS DURANTE LA  
REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA EL  
MARTES 22 Y DOMINGO 27 DE OCTUBRE DE 2013**





















