

Emprendimientos de mujeres y los entornos virtuales en Ecuador

Entrepreneurship of women and virtual environments in Ecuador

CHÁVEZ Rivera, María Eulalia [1](#); CORAL Guerrero, Carmen Amelia [2](#); GALLAR Pérez, Yamirlis [3](#)

Recibido: 14/02/2018 • Aprobado: 19/03/2018

Contenido

[1. Introducción](#)

[2. Metodología](#)

[3. Resultados](#)

[4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Anexos](#)

RESUMEN:

El artículo analiza el desempeño de las mujeres emprendedoras de Ecuador, sus motivaciones, necesidades y los principales obstáculos en el desarrollo de sus actividades. A través de investigación de tipo cualitativo, con una contextualización teórica y entrevista en profundidad a mujeres emprendedoras exitosas y directivas de entidades que apoyan a este sector. Se identificaron el conocimiento, compromiso, innovación y empatía como factores de éxito y que los obstáculos son más de aceptación en el entorno que de fuentes de financiamiento.

Palabras-Clave: Emprendimiento, mujer, entorno virtual.

ABSTRACT:

The article analyzes the performance of women entrepreneurs in Ecuador, their motivations, needs and the main obstacles in the development of their activities. Through qualitative research, with a theoretical contextualization and in-depth interview with successful women entrepreneurs and directors of entities that support this sector. Knowledge, commitment, innovation and empathy were identified as factors of success and obstacles are more acceptable in the environment than sources of financing.

Keywords: Entrepreneurship, Woman, Virtual environment.

1. Introducción

Han pasado más de 30 años desde que empezaron los estudios sobre emprendimiento de mujeres, según Jennings y Brush (2013), los pioneros de estos estudios fueron entre otros (De Carlo y Lyons, 1979; Pellegrino y Reece, 1982; Sexton y Kent, 1981), aunque algunos de ellos se basaron en las motivaciones para emprender y los factores psicológicos y contextuales que facilitaban o impedían el desarrollo del espíritu emprendedor. En la actualidad las investigaciones van más allá, incluso se llegan a hacer comparaciones de sexo entre hombres y mujeres.

Los primeros libros sobre emprendimiento se publicaron en los años 30, pero es en la

década de los años 70, cuando aparece un nuevo fenómeno en el mundo digno de ser estudiado y analizado en foros académicos: la aparición de las primeras mujeres emprendedoras, situación que marcha a la par de la lucha por alcanzar la igualdad de género que se libra en muchos países de América y Europa.

En este sentido, el presente artículo presenta un análisis del emprendimiento como favorecedor de la autorrealización personal de las mujeres, se sistematiza la teoría que existe al respecto, se escucha el parecer de varias mujeres emprendedoras, para identificar sus necesidades, obstáculos, motivaciones; se busca y ofrece información estadística que sirve para sustentar las opiniones y reflexiones de las autoras del artículo.

Referentes Teóricos y Prácticos

La Real Academia de la Lengua Española define al emprendimiento como: "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro" (RAE, 2001). Esta definición es generalizada y se la puede complementar con lo planteado por Suárez (2017) quien refiere que "este término se asocia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional en alcanzar una meta u objetivo" (p.31); Pitre, Rodríguez, Hernández y Cardona (2017) afirman que "para emprender se necesita iniciativa y, así mismo, la habilidad de mutar situaciones problemas como la falta de recursos, a oportunidades que impulsen a la acción" (p.10). Otros autores como Robbins (2008) y Leiva (2009) describen el emprendimiento como el desarrollo de un proyecto o un negocio que persigue un fin económico y que para ser exitoso requiere, entre otros factores, de innovación.

Existen diferencias en el emprendimiento masculino y femenino, los autores Huges, Jennings, Brush, Carter, & Welter al analizar distintas variables llegaron a la conclusión de que a las mujeres les gusta menos emprender y ser auto-empleadas gerenciando sus emprendimientos que a los hombres (2012). Sin embargo lo publicado por una agencia que se encarga de monitorear el emprendimiento a nivel mundial, *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) en el informe del 2016 corrobora que existe un porcentaje mínimo de diferencia: la intención emprendedora de América Latina en mujeres es del 30% y en hombres es del 33% (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

En el Ecuador, la percepción de las mujeres de la necesidad de poseer conocimientos y habilidades para iniciar un negocio es mayor a la de sus pares en América Latina y el Caribe, mientras que los hombres identifican buenas oportunidades de negocio en un nivel superior a las mujeres, y ellas se destacan entre los emprendedores múltiples, en el 2014, hombres y mujeres emprendieron por igual y en la actividad emprendedora temprana, la tendencia es hacia la paridad. (Lasio, 2015)

Es muy importante también medir la intención emprendedora, según Kelly, Brush y otros (2014), se concibe en función del porcentaje de población adulta que intentará empezar un nuevo negocio o abrir una empresa dentro de los próximos 3 años. Estos autores consideran que la mayoría de mujeres con intenciones emprendedoras en América Latina están en un rango de edad entre 25 y 34 años, patrón que se repite en Europa, Asia, África, y que difiere de Norteamérica en donde las mujeres emprendedoras están en un rango de 35 a 44 años. (Kelley y otros, 2014).

En Ecuador por su parte, la edad promedio de las emprendedoras es de 36 años y en un 67% pertenecen al área urbana; con una particularidad especial y es que muy pocas optan por asociarse para emprender, el 79% inició su negocio o planea iniciar su negocio sola. (Lasio, 2015).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2014), el mayor emprendimiento de las mujeres se encuentra en actividades de tipo científico, intelectual y comercial, el 49% son propietarias de empresas y están en el ámbito directivo de las mismas, así como el 13% trabajan en el hogar y un 28% son empleadas públicas y privadas. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014), esto se complementa con el hecho de que de acuerdo a la agencia GEM en 2014, la actividad emprendedora temprana, en el Ecuador, es la más alta de la región, con un porcentaje de 39,48% en hombres y un 32,62% para mujeres, siguiéndole

únicamente Perú con un 19,60% de mujeres en la actividad emprendedora temprana (Escuela Politécnica del Litoral, 2015). Sirven estos datos para demostrar que la diferencia en emprendimientos de hombres y mujeres es mínima, sin embargo, siempre prevalece el hecho de que son los hombres los que tienen mayor intención emprendedora, y que en su mayoría lo hacen por oportunidad más que por necesidad. De las personas que emprendieron y que hoy cuentan con negocios establecidos, el 60% fueron hombres y el 40% mujeres (Escuela Politécnica del Litoral, 2015).

Si bien las mujeres por múltiples factores aún no logran al menos igualar el porcentaje de emprendimientos de sus pares hombres, el presente artículo no pretende ahondar en el hecho del porqué ellos emprenden más, ya que como se ha estudiado a lo largo del tiempo, son muchas las aristas que influyen en la intención emprendedora de mujeres: aspectos familiares, acceso al capital, aptitudes emprendedoras y administrativas (Ahl, 2006). En lugar de ello se recalca que muchas mujeres hoy en día en el Ecuador, están optando por una nueva forma de emprendimiento y es el que se da en entornos virtuales. La agencia GEM en su informe 2015, muestra que el 1,7% de nuevos emprendimientos están en las áreas de la informática, la comunicación y el ciberespacio (Escuela Politécnica del Litoral, 2015), lo que representa la oportunidad de crear un negocio con poca inversión de capital y con acceso al mismo las 24 horas del día y los 365 días del año y además en cualquier lugar del mundo.

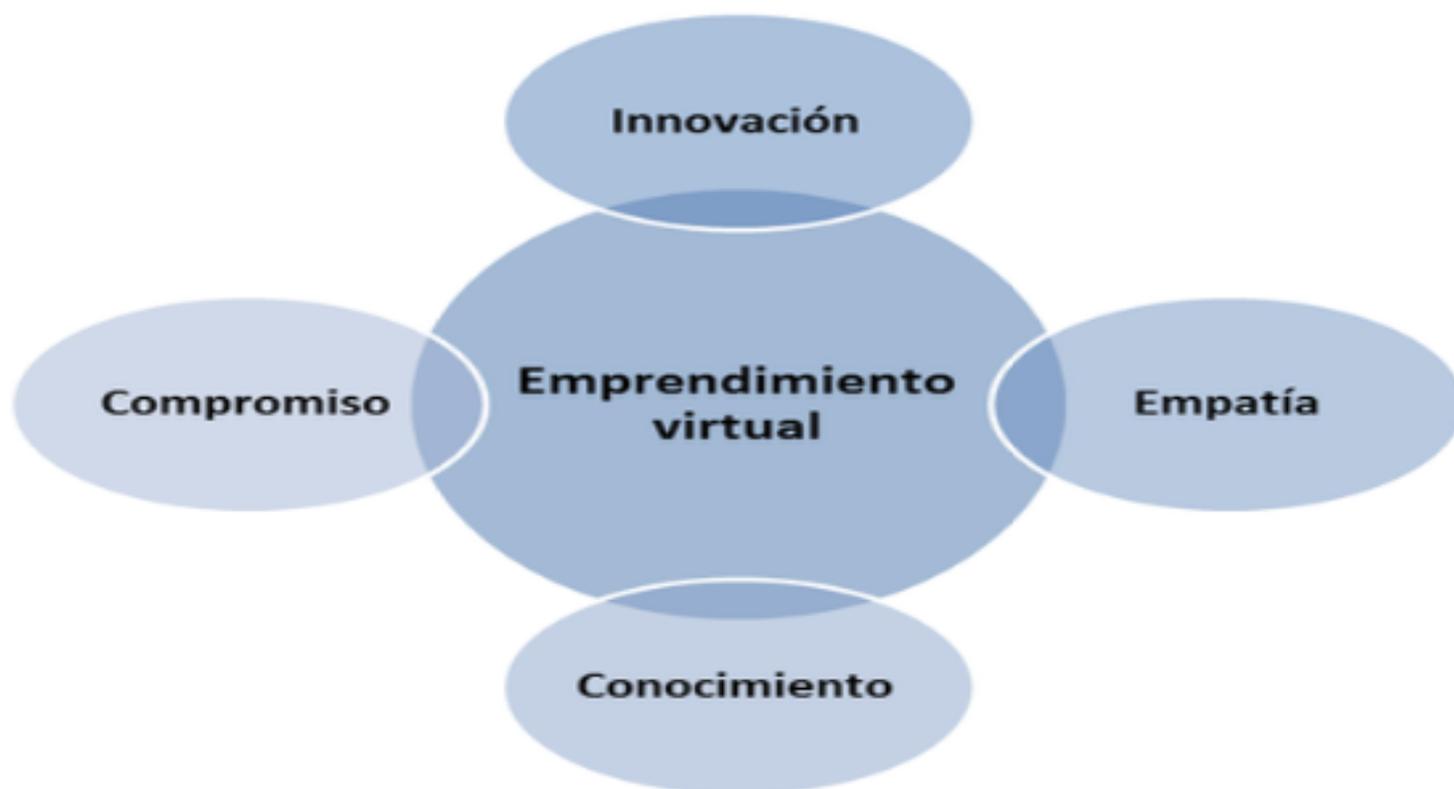
Una empresa virtual es aquella que utiliza las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y son aquellos negocios que utilizan el internet, la web o la nube como plataforma para incursionar en nuevos mercados, el Mercado libre a nivel latinoamericano o Click bank en Colombia constituyen ejemplos. (Arias y Castillo, 2011).

Si bien no todos los emprendimientos pueden ser netamente virtuales, muchas emprendedoras de la ciudad de Quito, están utilizando la web como una plataforma necesaria para la comunicación, comercialización o distribución de sus productos y servicios. Es por ello que a continuación se destacan aspectos que, desde la teoría propuesta por distintos autores, forman parte de los ejes del emprendimiento digital, como lo son: oportunidad, conocimiento, empatía, compromiso, innovación, riesgo – utilidad, uso y satisfacción. (García, Valdes, Sánchez, Elizarraraz, Méndez y Hernández, 2015).

El análisis de cada uno de los factores y sus interrelaciones, permite identificar los que a juicio de las autoras del este artículo sobresalen. En la *Figura 1* aparecen.

Figura 1

Factores de éxito en emprendimientos de mujeres en entornos virtuales.



*Adaptado de García y otros (2015). Diferencias entre emprendedores internautas con respecto a empatía, percepciones de riesgo y uso de aplicaciones tecnológicas. *Revista Digital Prospectivas en Psicología*, 2(1), 68-75.

Como se puede observar en un emprendimiento virtual el capital no es un factor determinante, si el **conocimiento**, y es que, de las investigaciones documental y de campo realizadas, se desprende que se deberían crear negocios en los cuales las personas tengan si no mucha experiencia, sí mucho conocimiento, de manera que puedan mantenerse en el mercado, situación que se complementa con el segundo factor propuesto que es el **compromiso**, mujeres que si bien ya crearon una compañía de arranque o compañía incipiente (*"start up"*), tienen el compromiso suficiente para aceptar los riesgos que conlleva un negocio, así como disfrutar de los beneficios. Este es un aspecto muy importante a considerar ya que según la agencia GEM, a pesar de que Ecuador sustenta el índice más alto en emprendimiento de la región, la mayoría de emprendimientos creados no llegan a una fase de madurez como para considerarlos negocios establecidos. (Escuela Politécnica del Litoral, 2015).

Otro factor que plantea el modelo es la **innovación** que ayuda a crear negocios que aportan un valor agregado a la oferta actual, y que en la actualidad viene de la mano de los *e-business*, (acrónimo del idioma inglés *electronic* y *business*), que desde finales del siglo XX han dado vida a los portales web.com.

Es así que muchas empresas tradicionales innovan transformándose en todo lo que el ciberespacio permite, con las aplicaciones de distintos tipos de negocios: negocio – cliente (B2C), abreviatura de la expresión *Business-to-Consumer* (del negocio al consumidor, en inglés); negocio – negocio (B2B), *Business-to-business* y por último cliente–cliente (C2C), *consumer-to-consumer*, (Varela, 2001). De estas interacciones surge el *E-commerce* (comercio electrónico) en donde se pueden llevar a cabo múltiples negocios sin la interacción física con los internautas (García y otros, 2015).

El último factor señalado pero no el menos importante es la **empatía**, que ayuda a descubrir los deseos, necesidades y requerimientos de las personas al ponerse en su lugar (Velasquez, 2005), en el caso de los consumidores ecuatorianos hay muchos que aún no confían en los negocios por internet, por lo que si se analiza la interacción en entornos virtuales esta debería darse a través de relaciones en las que predominen la ciber-seguridad, parte fundamental de la credibilidad que toda empresa virtual debe ganar en el ciberespacio.

2. Metodología

El diseño metodológico de la investigación es exploratorio–descriptivo y privilegia el abordaje cualitativo en busca de caracterizar comportamientos humanos. Según (Sandín, 2003) una investigación cualitativa, analiza la realidad interpretándola, comprendiéndola de manera holística, de manera que el investigador convierte la información en significación.

Para la sistematización de esta investigación se trabajó con dos variables: el emprendimiento de mujeres y los entornos virtuales.

El principal instrumento para la recolección de información fue la entrevista en profundidad e in situ. Se realizaron seis que permitieron conocer los principales retos a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras, sus motivaciones, intereses, así como los obstáculos de trabajar en entornos virtuales; además se entrevistaron representantes de organismos nacionales y locales para determinar los factores de éxito en emprendimientos virtuales de mujeres.

Los informantes fueron:

- Aracelly Arciniegas, del Ministerio de Industrias y productividad, área de emprendimiento.
- Daniela Ugazzi, Responsable del área de Responsabilidad Social quien maneja el programa de mujeres emprendedoras en la Agencia de promoción económica de Quito (ConQuito).
- Fausto Aguilera, Consultor de la Cámara de Comercio de Quito.
- Amparo Palacios Rúaes, Gerente de la empresa Balance Health.
- María Elena Pulgar, Gerente de la empresa Viajes Ecuador.
- Andrea Mejia, Gerente de la empresa Infinitum.

Para el tratamiento y análisis de información, primero se aplicó una entrevista piloto para

determinar la correcta estructuración de las preguntas, así como las posibles re-preguntas que podían surgir, esto permitió elaborar un guión estructurado de preguntas (Anexo 1 y Anexo 2) adecuadas a las características de las personas entrevistadas.

3. Resultados

A continuación, se plantean a manera de resumen, los hallazgos obtenidos en las entrevistas y los casos analizados. En la tabla 1 se presentan los tres casos de emprendimientos de mujeres en Quito que trabajan mayoritariamente en entornos virtuales: las empresas Balance Health, Viajes Ecuador e Infitum, seleccionadas porque un alto porcentaje del total de sus ventas se realizan por Internet. En la tabla se recogen los factores de éxito, las principales motivaciones y los principales obstáculos al emprender.

Tabla 1
Factores de éxito y obstáculos en empresas que favorecen emprendimientos virtuales en Quito

Casos de mujeres emprendedoras en...	Factores de éxito en emprendimientos virtuales	Factores motivacionales	Obstáculos para el emprendimiento
Balance Health	Conocimiento	Servir a más personas	Competencia
	Empatía		Aceptación en la comunidad
	Innovación		
Viajes Ecuador	Compromiso	Generar recursos propios	La resistencia del entorno a ver mujeres independientes
		Experiencia profesional en el área	
		Dejar de depender de terceros	
Infitum	Innovación	Tener su propio negocio	Falta de capital
	Compromiso	Su padre trabaja en este negocio	Escaso recurso humano
	Conocimiento		

Fuente: Entrevista en la investigación de campo.

Las entidades que apoyan a las mujeres en materia de emprendimiento en la ciudad de Quito son muchas, en la presente investigación se abordaron las tres más importantes por el número de usuarios; la Agencia de promoción económica de Quito (Conquito), el Ministerio de Industrias y Productividad y la Cámara de Comercio de Quito, son empresas que exhiben un trabajo más visible en programas de emprendimiento, pues si bien otras entidades como ONU Mujeres y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), son determinantes en materia de fortalecimiento de los derechos de las mujeres, la presente investigación aborda el emprendimiento como eje central. En la tabla 2 se recogen los resultados de la entrevista a representantes de las tres empresas seleccionadas.

Tabla 2
Entidades que apoyan a las mujeres emprendedoras en la Ciudad de Quito

--	--	--	--

Entidad	Factores motivacionales	Programas de apoyo a la mujer	Características de la mujer emprendedora	Obstáculos para el emprendimiento
Ministerio de Industrias y productivi-dad	Generar ingresos para sustentar su familia	En la Subsecretaría de Micro, Pequeñas, Medianas Empresas (Mipymes) y Artesanías existe la Dirección de Emprendimiento e Innovación Empresarial la cual cuenta con un portafolio de servicios integrales para temas de emprendimiento en etapa de idea, desarrollo y fortalecimiento. Se brinda asistencia técnica y asesoramiento en planes de negocio, marketing e imagen, perspectiva de negocio e implementación.	Liderazgo	Falta de financiamiento/No tienen capital semilla.
	Oportunidad de obtener mayor apoyo para emprendimientos, ya que en Quito se concentran los servicios de promoción y acceso a mercados en las grandes ciudades por la concentración de compradores		Creatividad	Procesos burocráticos de formalización (procesos –duración).
	Ingresar al mundo de los negocios		Persistencia	Desmotivación.
	Ser independientes			Bajos niveles de estudios.
				Difícil acceso a incentivos fiscales para emprendimiento e innovación
Cámara de Comercio de Quito	Generación de ingresos	No existen programas específicos de la CCQ para apoyar a las mujeres emprendedoras. Existe un programa para pequeños comerciantes llamado "tu negocio en marcha" para fortalecer competencias básicas en el manejo de negocios (contables, administrativas, de ventas), y un programa de desarrollo de emprendimiento y aceleración de negocios para emprendedores más bien dinámicos (perfil de emprendimiento, innovación, organización empresarial y finanzas y modelos comerciales),	La generación de ingresos familiares adicionales y la autorrealiza-ción. Vería además que los emprendimientos virtuales y de comercio electrónico permiten flexibilidad en el tiempo para realizar actividades en el hogar	Falta de acceso a financiamiento o costo del financiamiento, especialmente de tasas de microcrédito, la falta de tiempo por la carga de horas que exige el cuidado de la familia, y creo que lamentablemente existe aún, un componente altamente machista en el desarrollo convencional de los negocios en Quito
	Conocimiento – nivel de educación.			
	Innovación			

		sin distinción de género.		
Agencia de promoción económica de Quito – Conquito	Ganar dinero	Mujeres emprendiendo con éxito	Mujeres con ganas de salir adelante, que dialoguen con sus parejas y tengan confianza en sí mismas.	La administración del tiempo en el hogar y el negocio, las mujeres invierten más tiempo en las tareas del hogar
	Independencia		Muchas de las mujeres son jefas de hogar.	Administración doble de las finanzas del hogar y del negocio
	Reto personal		Generar redes de apoyo y conexión.	Conseguir un equilibrio personal y profesional Falta de financiamiento Confianza

Fuente: Entrevistas en investigación de campo.

Los resultados de la investigación indican que tanto las empresarias como las entidades, coinciden en afirmar que las motivaciones están marcadas por factores intrínsecos como el deseo de ser independiente y la autorrealización y por factores extrínsecos como la generación de ingresos.

Los obstáculos planteados por las entidades y las de las emprendedoras difieren, entre lo determinado por las empresarias quienes manifiestan que los obstáculos están dados por factores como la competencia y aceptación en el entorno, mientras las entidades afirman que los obstáculos están relacionados directamente con la capacidad de financiamiento y el acceso a recursos, seguido por el equilibrio entre la personal y profesional. Lo que indica que las mujeres en entornos virtuales, encuentran obstáculos de aceptación en el entorno, más que en fuentes de financiamiento. Las mujeres emprendedoras en entornos virtuales entonces, han adquirido un grado de madurez empresarial al incursionar en el mercado virtual, por lo que sus factores de éxito están correlacionados hacia objetivos y emprendimientos más avanzados.

Los programas ofrecidos por las entidades entrevistadas, si bien responden a necesidades generales de emprendimiento en general, únicamente Conquito, tiene un programa específico para mujeres, que ha estudiado las necesidades y motivaciones de las mujeres y ha desarrollado el programa "Mujeres emprendiendo con éxito", para aquellos proyectos de mujeres de la Ciudad de Quito que cumplan con los siguientes requisitos: deben ser técnicamente sostenibles, socialmente innovadores, con modelos de negocios replicables y escalables y demostrar que su tiempo de operación es inferior a los seis años y que cuentan con ventas individuales anuales inferiores a \$100.000,00 USD. Sin embargo, no existe en la actualidad en ninguna de las entidades entrevistadas un programa dirigido en particular a las emprendedoras en entornos virtuales, lo que corrobora que este ámbito está aún por explorar y que las entidades deberán proponer programas que incluyan aportes en la materia.

Las características de las mujeres emprendedoras son resaltadas por las entidades y coinciden en los siguientes aspectos, que son los que se podrían reforzar al diseñar y desarrollar programas en emprendimiento: autorrealización, liderazgo y creatividad, unidas a la necesidad de generar sinergia con otras mujeres y redes de apoyo.

3.1. Discusión

De la investigación de campo se desprende que el modelo de factores de éxito propuesto, coincide con los factores de éxito que señalan las empresarias entrevistadas, todas incursionan en los emprendimientos virtuales, si bien dos de ellas ofrecen servicios, una utiliza el ciberespacio como un medio de comercialización de sus productos, los factores que se destacan y que coinciden con el modelo son: conocimiento, la mayoría tiene una formación universitaria o experiencia amplia en la rama en la que emprendieron; compromiso, ellas manifiestan que llevan varios años en el mercado con muchos clientes satisfechos lo que nos lleva a evidenciar su alto grado de compromiso; la innovación, forma parte importante de los emprendimientos estudiados ya que todas han dado un valor agregado a sus productos o servicios a fin de ser competitivas en el mercado y satisfacer las necesidades y deseos de sus consumidores; con respecto a la empatía, todas las emprendedoras entrevistadas coinciden en que tienen que ganarse la confianza de sus consumidores, ya que ellas en su lugar también pedirían mejorar las seguridades de los portales web para hacer negocios sin complicaciones de ningún tipo.

Esta investigación además se centró en los emprendimientos de mujeres, no porque se considere que existen factores de sexo que la puedan diferenciar de sus pares hombres, sino en función de las diversas formas de discriminación que sufren las mujeres tal como lo determina la (ONU, 2015) al lanzar las iniciativas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con énfasis en el cinco: Igualdad de género, donde se señala que la mujer lucha en el mundo por alcanzar el acceso a la educación primaria, el acceso a empleos remunerados y a la participación política. Por lo tanto, son incipientes los estudios en materia de empoderamiento de la mujer, ya que existen temas en las agendas públicas encaminadas a las formas de inclusión básicas como el acceso a la salud y la educación. Por lo tanto, el presente estudio sirve para abrir el camino a otras investigaciones encaminadas a determinar el empoderamiento y la participación de la mujer en el ámbito económico.

Los emprendimientos de mujeres en Ecuador, carecen de visibilidad, y si bien las emprendedoras se enfrentan a diversos obstáculos, el principal es el patrón cultural, la desigualdad y el entorno que mantiene el patrón machista de la sociedad, de igual manera, el acceso a programas a la medida de las necesidades de la mujer que es requerido. Conquito, es la entidad que ha diseñado un programa dirigido a la mujer emprendedora, sin embargo, al ser un programa reciente sus resultados no han sido medidos para conocer el impacto de los mismos.

La teoría propuesta por (García y otros, 2015) en donde se caracterizan los emprendimientos virtuales, si bien sirvió de referente para la creación del modelo propuesto en esta investigación, no determina los factores que las mujeres emprendedoras en estos entornos pueden aportar de manera significativa como lo son la empatía, el conocimiento y el compromiso.

4. Conclusiones

La mujer emprendedora de Quito en entornos virtuales, ha logrado superar las brechas con los hombres, inteligentemente han acortado las diferencias a través de su pasión por lo que realizan, unido al compromiso y visión a largo plazo, de aquí se derivan sus conocimientos, pues las emprendedoras han logrado obtener títulos de tercer y cuarto nivel, ven a sus pares hombres como socios estratégicos y en la mayoría de los casos les incluyen con la empatía de trabajar en equipo y son visionarias al innovar en campos como el turismo o servicios de salud donde la atención al cliente es fundamental para la fidelización de sus usuarios.

Se plantean como recomendaciones las otorgadas por las emprendedoras, las cuales constituyen un valor agregado a la presente investigación y para confirmar las conclusiones señaladas: Amparo Palacios Ruales de Balance Health, una empresa dedicada a restablecer el bienestar y el equilibrio humano, "Mi reflexión que comparto con mujeres que están dudosas de "lanzarse al agua" con un emprendimiento, es que nunca estamos lo suficiente listas para dar el paso, hay que darlo y ya! Si esperamos: tener el lugar perfecto, el logo

perfecto, los socios perfectos, etc. nunca daremos el paso; si sientes en el estómago el coraje para hacerlo, hazlo, la decisión es una energía que nos permite definitivamente dejar de estar partidas y poder avanzar, nos convoca a estar más en nuestra identidad, y ser más nosotras mismas. ¿Habrá dificultades? Claro que sí, las que imaginas y las que no imaginas, sin embargo decide hacerlo estructuradamente: haz tu plan de negocios, elabora un presupuesto, mira el mercado, arma tu red de apoyo con buenos profesionales (legal, contable, marketing) actualízate permanentemente, pon tus dos pies en la tierra y a lanzarse a construir tu sueño dando un paso a la vez”, por su parte, María Elena Pulgar, con emprendimiento en negocios del sector turismo manifiesta que “Mi principal consejo es la perseverancia; que no se rindan frente a las dificultades; y que mantengan el enfoque en la superación personal y profesional”; lo que para Andrea Mejía de Infinitum es una recomendación básica: “Hay que meterle ganas y no agachar la cabeza, una vez que empiezas, ya has pasado la parte más difícil, ya que empezar y decidirse es siempre el obstáculo más grande”.

Referencias bibliográficas

- AHL, H. (2006). **Why research on women entrepreneurs needs new directions.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 595 – 621.
- ARIAS, C., y CASTILLO, E. (2011). “La educación para el emprendimiento y empresarismo virtual: potencialidades”. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 5-6. Disponible en <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/23/51>
- ESCUELA POLITÉCNICA DEL LITORAL. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor*. Escuela Politécnica del Litoral. Guayaquil: Ofset Abad.
- GARCIA, C., VALDES, O., SANCHEZ, R., ELIZARRARAZ, G., MENDEZ, A., y HERNANDEZ, J. (2015). “Diferencias entre emprendedores internautas con respecto a empatía, percepciones de riesgo y uso de aplicaciones tecnológicas”. *Revista Digital Prospectivas en Psicología*, 2(1), 68-75. Disponible en <https://www.kennedy.edu.ar/wp-content/uploads/2015/08/emprendedores-internautas.pdf>
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. (2016). *Informe Anual*. Global Entrepreneurship Monitor. USA: Digital. Disponible en http://www.cemdes.org/recursos/REPORTE_GEM_2016.pdf
- HUGEHS, K., JENNINGS, J., BRUSH, C., CARTER, S., & WELTER, F. (2012). **Extending Women’s Entrepreneurship Research in New Directions.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 429-442.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2014). Disponible en <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- KELLEY, D., BRUSH, C., GREENE, P., HERRINGTON, M., ALI, A., & KEW, P. (2014). *Special Report Women's Entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Monitor. USA: Electrónico.
- LASIO, V. (2015). *Emprendedoras*. Escuela Politécnica del Litoral, Graduate School of Management. Guayaquil - Ecuador: Digital.
- LEIVA, J.C. (2009). **Los emprendedores y la creación de empresas.** Editorial Tecnológica de Costa Rica. Costa Rica.
- ONU. (2015). ONU Mujeres. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en <http://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs>
- PITRE, R; RODRIGUEZ, J; HERNÁNDEZ, H y CARDONA, D. (2017). Emprendimiento competitivo y productivo como renovador del sector salud en la Region Caribe. *Revista Espacios*. Vol. 38 (Nº 42). Pág. 7. Disponible en <http://www.revistaespacios.com/a17v38n42/a17v38n42p07.pdf>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Disponible en <http://www.rae.es/rae>.
- ROBBINS, S. (2008). **Fundamentos de comportamiento organizacional.** Prentice Hall. Quinta Edición. México.

SANDÍN, M. (2003). **Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones**. Universidad de Barcelona: McGraw-Hill.

SUÁREZ, F. (2017). Reflexiones para la interpretación del emprendimiento como elemento potenciador de la calidad de vida en poblaciones de pobreza extrema. *Revista Espacios*. Vol. 38 (Nº 53). Pág. 29. Disponible en <http://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p29.pdf>

VARELA, R. (2001). **Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas**. (P. E. Colombia, Ed.) Bogotá, Colombia: Prentice Hall.

VELASQUEZ, G. (2005). "Liderazgo Empático. Un modelo de liderazgo para las Organizaciones Mexicanas". *Revista del Centro de Investigación*. , 6 (23), 81-100. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/342/34202307.pdf>

Anexos

Anexo 1

Guión de la entrevista a emprendedoras

- ¿Cuál es el nombre de su negocio? ¿A qué se dedica? ¿Cuántos años lleva en el mercado ecuatoriano? ¿Quiénes conforman su empresa?
- ¿Cuál fue su principal motivación para emprender?
- ¿Cuál es su línea de productos o servicios? ¿Cuándo empezó a incursionar en Internet?
- ¿Cuál es el porcentaje de ventas que se alcanzan en internet vs. el porcentaje en tiendas físicas?
- ¿Cuáles han sido los principales obstáculos que usted ha encontrado como mujer emprendedora?
- ¿Cuál es su recomendación a otras mujeres teniendo en cuenta su experiencia?

Anexo 2

Guión de la entrevista a representantes institucionales

- ¿Cuáles son los principales factores que motivan a las mujeres a emprender en Quito?
- ¿Qué programas tiene su entidad para apoyar a las mujeres emprendedoras?
- ¿Cuál es la edad promedio de las emprendedoras?
- ¿Qué características destaca en las mujeres emprendedoras?
- ¿Cuáles considera usted son los principales obstáculos para el emprendimiento femenino?

Anexo 3

Formato de autorización para uso de la entrevista

Yo, _____ autorizo a las investigadoras _____ de la Universidad Internacional SEK, Ecuador, a utilizar mi nombre, el de mi negocio, así como las respuestas otorgadas a sus preguntas en las entrevistas realizadas para uso netamente académicos e investigativos.

Firma/C.I

1. Docente Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK (Ecuador). Doctoranda en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Granada (España) . E-mail: meulalia.chavez@uisek.edu.ec
2. Docente Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK (Ecuador). Doctoranda en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Granada (España) . E-mail: carmen.coral@uisek.edu.ec
3. Doctora en Ciencias Pedagógicas. Universidad Internacional SEK. Directora pedagógica y de estudios generales. E-mail: yamirlis.gallar@uisek.edu.ec

