



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**Análisis del emprendimiento exportador ecuatoriano con enfoque de género en
el año 2019**

Tamayo Salazar, Alisson Kimberlly

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Comercio Exterior y Negociación internacional

Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Licenciada en Comercio
Exterior y Negociación Internacional

Econ. Merchán Maldonado, María Fernanda, Mgs.

07 de marzo del 2022



Tesis Final_Tamayo Alisson.docx

Scanned on: 21:3 February 9, 2022 UTC



Firmado electrónicamente por:
MARIA FERNANDA
MERCHAN MALDONADO



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	709
Words with Minor Changes	107
Paraphrased Words	286
Ommited Words	0



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**Análisis del emprendimiento exportador ecuatoriano con enfoque de género en el año 2019**” fue realizado por la señorita **Tamayo Salazar Alisson Kimberly**, el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 07 de marzo del 2022

Firma:

Eco. Merchán Maldonado, María Fernanda

C. C. 1716781222



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo **Tamayo Salazar Alisson Kimberlly**, con cédula de ciudadanía n° 1724929458, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Análisis del emprendimiento exportador ecuatoriano con enfoque de género en el año 2019** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 07 de marzo del 2022

Firma

Tamayo Salazar Alisson Kimberlly

C.C.: 1724929458



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo **Tamayo Salazar, Alisson Kimberlly**, con cédula de ciudadanía n° 1724929458, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Análisis del emprendimiento exportador ecuatoriano con enfoque de género en el año 2019** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 07 de marzo del 2022

Firma

Tamayo Salazar Alisson Kimberlly

C.C.: 1724929458

Dedicatoria

A todas las mujeres valientes que deciden tomar caminos diferentes a los esperados socialmente por ellas, son una inspiración para su servidora.

A todas las estudiantes que incursionan en carreras universitarias de ciencias exactas, necesitamos que se sumen más.

A todas las amas de casa que no son remuneradas, algún día será diferente.

A todas las estudiantes universitarias que sueñan con hacer un cambio en la sociedad, construir un mejor mundo, en ser líderes, les aseguro que lo lograrán.

A todas las mujeres que se esfuerzan por construir un camino más amigable y accesible de lo que fue para ellas, ¿qué haríamos sin ustedes?

A todos los hombres que se deconstruyen constantemente y generan espacios más seguros e inclusivos para las mujeres en su alrededor, son una bendición en nuestras vidas.

A todas las personas que trabajan por habitar en un mundo más justo, consciente y solidario, juntos somos más!

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a la vida, al universo, a la inteligencia infinita, a Dios, por permitirme estar aquí y ahora en paz con quien soy y mi camino.

En segundo lugar, agradezco a mis padres, cada uno con sus particularidades pero que coinciden en el infinito e inquebrantable amor que siempre me han dado, así como a mi bella familia que siempre me ha apoyado de múltiples formas.

En tercer lugar, tengo a tantas personas a las cuales agradecer que no me alcanzaría esta hoja, más resalto la labor de docentes extraordinarios que además de tener vocación para la enseñanza, también han tenido la predisposición de ayudarme siempre que lo he necesitado, agradezco a mi tutora, Eco. María Fernanda Merchán, al Ing. Francis Salazar, Ing. Diego Bohórquez e Ing. Franco Machado. También a la Dra. Ximena Tapia y al Ing. Roberto Trujillo, que siempre me atendieron con amabilidad, cariño y paciencia. Y quiero añadir a JL, director extraoficial de la tesis, de las personas más nobles y conscientes que he conocido.

En cuarto lugar agradezco al Club de Oratoria y Debate ESPE (CODE), un espacio que cofundé con el objetivo de compartir con más estudiantes las oportunidades que tuve, pero que más bien me retribuyó con aprendizaje sobre otros y mi persona.

En quinto lugar, a todas las personas mágicas y brillantes a las que quiero, admiro e hicieron de mi experiencia universitaria más amena, a Diego, Viviana, Nicole, Yesenia y Sandra, el mejor *team* de la carrera, así como a Dylan, Mailyn, Andrés y Anthony; amigas y amigos muy importantes. Una mención especial a Anthony, por ser mi compañero idóneo, quien se alegra más de mis logros que yo, por comprenderme en mis momentos difíciles y ser el apoyo que quiero tener en mi vida.

Gracias, gracias, gracias.

Índice de Contenido

Copyleaks	2
Certificación	3
Responsabilidad de Autoría	4
Autorización de Publicación	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento.....	7
Índice de Contenido	8
Índice de Tablas	11
Índice de Figuras	12
Resumen	13
Abstract	14
Capítulo I.	16
Tema de Investigación	16
Introducción.....	16
Planteamiento del Problema.....	16
Justificación.....	17
Objetivos	18
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos.....	18
Determinación de Variables.....	18

Hipótesis	19
Capítulo II. Marco Teórico.....	20
Marco Teórico	20
Marco Referencial	31
Marco Conceptual	33
Capítulo III. Diseño Metodológico	36
Introducción al Diseño Metodológico	36
Enfoque Metodológico.....	36
Tipología de la Investigación	36
Por el Alcance.....	36
Por su Finalidad.....	37
Por las Fuentes de Información, Instrumentos de Recolección de Información, Procedimiento para Recolección de Información	37
Por las Unidades de Análisis	38
Por el Control de las Variables.....	38
Procedimiento para Tratamiento y Análisis de Información.....	39
Capítulo IV. Análisis de Datos.....	40
Introducción al Análisis de Datos.....	40
Análisis Descriptivo	40
Motivación	40
Edad	42
Percepciones Generales.....	44

Financiamiento	48
Exportación.....	52
Sectores	59
Pandemia	65
Contrastación de Hipótesis.....	66
Capítulo V. Propuesta.....	67
Introducción.....	67
Propuesta.....	67
Futuras Líneas de Investigación.....	69
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones.....	72
Conclusiones.....	72
Recomendaciones.....	75
Referencias.....	79
Apéndice.....	86

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Clasificación de variables de la investigación</i>	19
Tabla 2 <i>Dimensiones que la teoría establece para el análisis de género</i>	20
Tabla 3 <i>Dimensiones que la teoría establece para el análisis del emprendimiento</i> ..	24
Tabla 4 <i>Obstáculos al emprendimiento exportador de las mujeres en Chile, Ecuador, El Salvador, Nicaragua y Perú en 2005 y 2015</i>	57
Tabla 5 <i>Temas para la agenda de un evento sobre el emprendimiento exportador de mujeres</i>	69

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Árbol de problemas</i>	17
Figura 2 <i>Motivación para emprender en el año 2019</i>	41
Figura 3 <i>TEA histórico por edad para mujeres y hombres</i>	42
Figura 4 <i>Distribución de TEA por edad para mujeres y hombres en el 2019</i>	43
Figura 5 <i>Percepciones sobre el emprendimiento en el 2019</i>	45
Figura 6 <i>Monto mínimo requerido para iniciar un emprendimiento</i>	48
Figura 7 <i>Exportación de emprendimientos</i>	52
Figura 8 <i>Proporción de emprendimientos exportadores entre hombres y mujeres en el 2019</i>	53
Figura 9 <i>Sectores históricos incursionados por las emprendedoras</i>	59
Figura 10 <i>Sectores históricos incursionados por los emprendedores</i>	61
Figura 11 <i>Sectores incursionados por parte del emprendimiento ecuatoriano en 2019</i>	62
Figura 12 <i>Cierre o salida del negocio de emprendedores en el 2019</i>	64

Resumen

El trabajo analiza el emprendimiento ecuatoriano con perspectiva de género femenino y énfasis en la exportación de productos o servicios en el año 2019. El problema identificado es la disparidad de género en el emprendimiento, actividad económica relevante al ser una de las fuentes más importantes de empoderamiento e independencia para las mujeres. Se utiliza un enfoque metodológico mixto, por un lado se procesa las cifras sobre el emprendimiento del país con segmentación de género, empleando como fuente principal el GEM de Ecuador del 2019, y contrastando los datos con el *Women Entrepreneurship* GEM del 2020-2021 a nivel global y regional de Latinoamérica y el Caribe; y por otro lado, se realiza un análisis cualitativo al evaluar el perfil de las emprendedoras considerando los estereotipos de género que son propiciados por el entorno social y cultural ecuatoriano en el que desarrollan sus actividades económicas. Los datos obtenidos son validados y explicados adicionalmente por personas referentes del ecosistema a través de entrevistas semiestructuradas y apoyados por el análisis de contenido de fuentes secundarias. Este tema cobra especial relevancia en el marco de la agenda 2030, ya que relaciona con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) número cinco – igualdad de género – y ocho – trabajo decente y crecimiento económico –.

Palabras claves:

- **EMPRENDIMIENTO**
- **PERSPECTIVA DE GÉNERO**
- **EXPORTACIÓN**
- **MONITOR GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO (GEM)**
- **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)**

Abstract

The paper analyzes Ecuadorian entrepreneurship with a female gender perspective and emphasis on the export of products or services in 2019. The problem identified is the gender gap in entrepreneurship, a relevant economic activity as it's one of the most important sources of empowerment and financial independence for women. A mixed methodological approach is used, on the one hand, the figures on entrepreneurship in the country are processed with gender segmentation, using as main source the 2019 Ecuador GEM, and contrasting the data with the Women Entrepreneurship GEM of 2020 – 2021 at the global and regional level in Latin America and the Caribbean; and on the other hand, a qualitative analysis is performed by evaluating the profile of women entrepreneurs considering gender stereotypes that are propitiated by the ecuadorian social and cultural environment in which they develop their economic activities. The data obtained are validated and further explained by people referring to the ecosystem through semi-structured interviews and supported by the content analysis of secondary sources. This topic is particularly relevant in the framework of the 2030 agenda, as it relates to Sustainable Development Goals (SDG) number five - gender equality - and eight - decent work and economic growth -.

Key words:

- **ENTREPRENEURSHIP**
- **GENDER PERSPECTIVE**
- **EXPORT**
- **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)**
- **SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG)**

Capítulo I.

Tema de Investigación

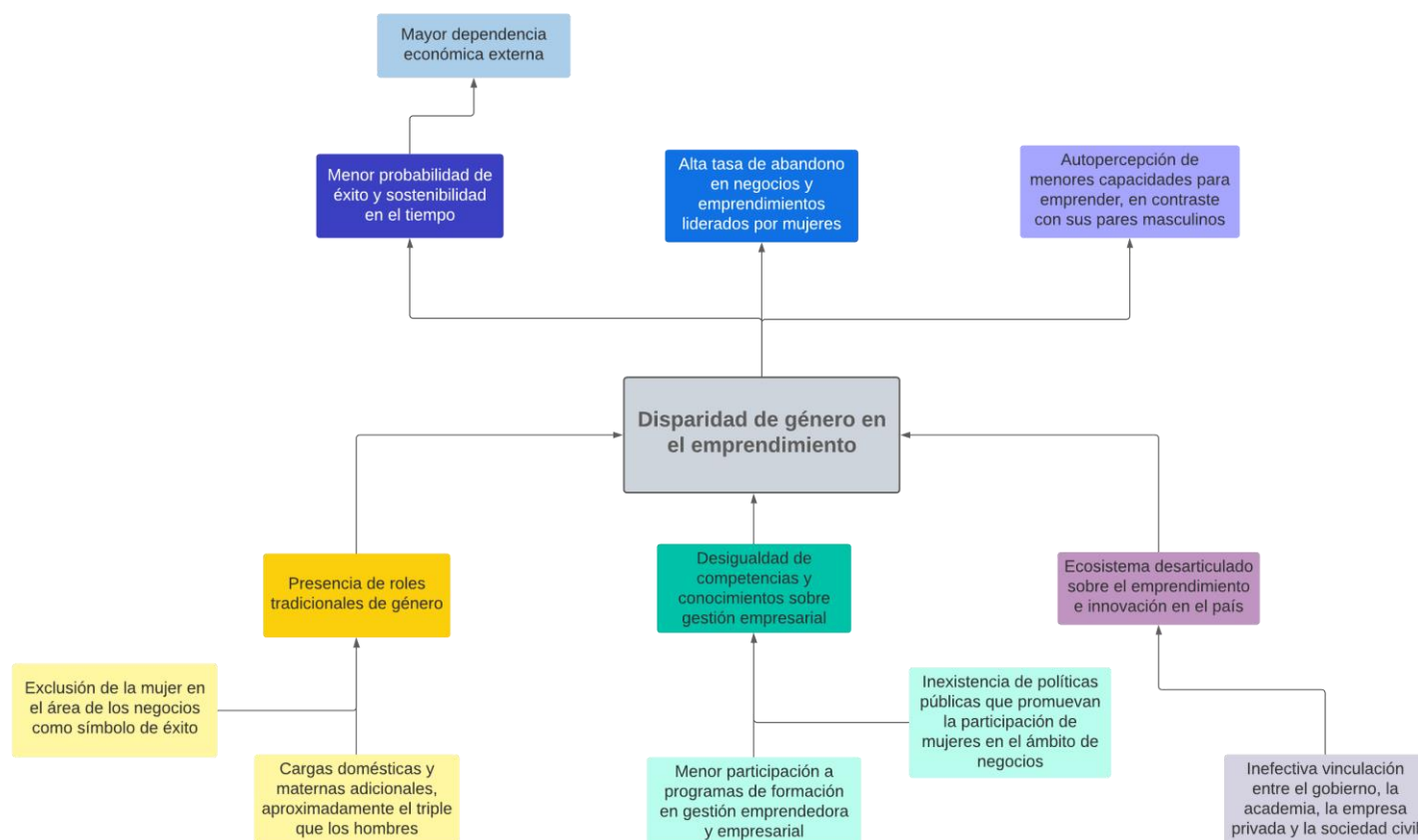
Análisis del emprendimiento exportador ecuatoriano con enfoque de género en el año 2019.

Introducción

El trabajo descrito a continuación corresponde a un estudio descriptivo, presenta la problemática identificada en torno al ámbito del emprendimiento en el Ecuador, justifica la importancia del tema planteado, formula los objetivos de la investigación que contienen un eje transversal de género en cada uno de ellos, determina las variables a considerar, propone una hipótesis a verificar al término del análisis y considera en su marco teórico a las teorías de género y de emprendimiento, desglosando tanto las dimensiones como sus variables; posteriormente, determina utilizar una metodología mixta y la aplica en el procesamiento de datos, en el cual expone las cifras de diversas aristas del emprendimiento segmentadas por género y analiza las características que presentan las mujeres emprendedoras. Así mismo, sugiere propuestas en base a las necesidades encontradas, añade líneas de investigación próximas y culmina con el planteamiento de conclusiones y recomendaciones.

Planteamiento del Problema

La presente investigación muestra el siguiente árbol de problemas:

Figura 1**Árbol de problemas**

Nota. Adaptado del INEC 2019

Justificación

El presente trabajo permite analizar la interrelación de varios elementos transversales a la economía del país, como es el caso del emprendimiento con un enfoque de exportación y perspectiva de género, variables de estudio que se abordan en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) de la Agenda 2030, número 5 -igualdad de género- y número 8 -trabajo decente y crecimiento económico-. Es decir, las mismas se alinean a las principales metas y desafíos mundiales del siglo XXI.

Por otro lado, la investigación es relevante en términos de contribución social, puesto que está orientada al estudio de las necesidades actuales de grupos de la sociedad que se encuentran en posiciones desproporcionales a sus competencias, debido a características específicas como el género, y particularmente el femenino, dentro del contexto de negocios nacionales e internacionales.

Estos aspectos son fundamentales en la economía ecuatoriana al considerar que las estadísticas denotan el liderazgo regional del país en cuanto a la tasa de emprendimiento generado, pero a la vez, exponen una baja sostenibilidad en el tiempo; esta situación afecta de manera más significativa a las mujeres, por lo que se evidencia la existencia de asimetrías y brechas económicas y sociales para la mitad de la población ecuatoriana, y que, por tanto, se hace necesario analizarlas desde la academia.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el emprendimiento exportador ecuatoriano con enfoque de género en el año 2019

Objetivos Específicos

- Diferenciar la cantidad de emprendimientos locales que logran la exportación, con énfasis en aquellos dirigidos por mujeres.
- Constatar la existencia de una brecha de género en el ámbito del emprendimiento en el Ecuador.
- Identificar los desafíos que afrontan las mujeres ecuatorianas en puestos de liderazgo en el ámbito de negocios y emprendimientos, en el marco de la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) número 5 - igualdad de género- y 8 -trabajo decente y crecimiento económico-.

Determinación de Variables

Tabla 1*Clasificación de variables de la investigación*

Variable independiente	Variables dependientes	Variables intervinientes
Emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Barreras de exportación 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos financieros • Personal directivo preparado • Acceso y facilidad a la información
Enfoque de género	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo digno • Remuneración • Liderazgo en puestos de gerencia • Desafíos económicos y sociales • Políticas públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos de Desarrollo Sostenible 5 (igualdad de género) y 8 (trabajo digno y crecimiento económico)

Nota. Se determinan tres niveles de variables, empezando por las independientes, seguidas por las dependientes y las intervinientes.

Hipótesis

Los emprendimientos ecuatorianos que exportan sus bienes o servicios son liderados en menor proporción por mujeres que por hombres.

Capítulo II. Marco Teórico

Marco Teórico

En este apartado se emplean dos corrientes importantes, la primera corresponde a la teoría de género con las dimensiones biológica, social, económica y política; y la segunda pertenece a la teoría del emprendimiento con las dimensiones económica, sociológica, psicológica y de gestión empresarial.

Tabla 2

Dimensiones que la teoría establece para el análisis de género

Dimensiones	Variables	Fuentes
Biológica	<ul style="list-style-type: none"> • Subjetividad de las diferencias sexo-genéricas 	(Molina Brizuela, 2010), (Bonan, 2003), (Arregui, 1999).
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencias sexo-genéricas • Construcción de la Identidad • Estructuración de la vida social 	(Ortega, Torres, & Salguero, 2001), (Lamas, 2002), (Riordan, 2014), (Peiteado, 2016).
Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Desigualdad laboral 	Theodore Schultz (1983), Morley Gunderson (1976), Jane Gaskell (1986), Charnei Guettel (1974),
Política	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de poder 	Sonia Fleury (1999), María Inés Arévalo (2021), Claudia Bonan, Virginia Guzmán (2007).

Nota. Se han determinado las dimensiones y variables a partir de la revisión bibliográfica de mayor coincidencia sobre estas áreas por parte de diversos autores.

Para la comprensión del presente tema de investigación, es importante desagregar algunos conceptos fundamentales que se encuentran contemplados bajo el marco de la Teoría de Género, empezando por la distinción entre sexo biológico y género; el primero hace alusión a que la diferencia sexual está dada por un componente natural o biológico, es decir, rasgos fisiológicos cuya dicotomía apunta al resultado binario de macho o hembra, femenino o masculino y no concibe nada más fuera de esta regla (Molina Brizuela, 2010); criterio considerado como una realidad estática, inflexible y opuesta, el cual marca la gran diferencia entre sexos de las personas y especies (Bonan, 2003). Así mismo, esta dimensión biológica es entendida por Arregui (1999) como aquella “configuración genética, hormonal, que contempla órganos sexuales y genitales, así como características morfológicas” propias del individuo, que marcan su sexualidad.

Por otro lado, en cuanto al género se refiere, este tiene varias contribuciones en su significado, inicialmente es definido como aquellos comportamientos, prácticas, representaciones e imaginarios colectivos socialmente aceptados, que moldean la conducta de las personas en la esfera privada y pública, y que, por tanto, están asociados a lo esperado de un género (Ortega, Torres, & Salguero, 2001). A lo mencionado, Lamas (2002) añade que este concepto simboliza la dinámica cultural que afectaba y perpetúa las relaciones entre el hombre y la mujer, en un entorno social, económico, político, jurídico legal, ideológico y familiar, el cual es legitimado por las instituciones estatales, religiosas y privadas. Sin embargo, otros autores consideran importante hacer una aclaración y concepción no binaria sobre el mismo, es decir, que el género no necesariamente responde a lo femenino y masculino, sino que en realidad “este es extremadamente complejo y presenta múltiples e infinitas

posibilidades” (Riordan, 2014) aunque la sociedad tienda por diversas causas, a desconocerlas e invisibilizarlas.

Con esta breve revisión, se puede concluir que la diferencia sexo-genérica tiene dos perspectivas, la biológica y la cultural; pero en cualquiera de los dos análisis previos, es indudable que influyen de manera significativa en la construcción de la identidad de los miembros de una sociedad, es decir, la forma en la cual se conciben a sí mismos, y a la vez, en su forma de interrelación y estructuración social con sus pares e instituciones, en correspondencia con el contexto temporal en el que se encuentren.

En consiguiente, estos conceptos se delimitan en el análisis de las dimensiones biológica y social, enmarcadas en la teoría de género, que contemplan como variables a: la subjetividad de las diferencias sexo-genéricas, la construcción de la identidad y la estructuración de la vida social, mismas que ya fueron previamente abordadas. En concordancia con esta línea, se adicionan al estudio la dimensión económica y política, cuyas variables o subdimensiones son laboral y relaciones de poder respectivamente.

Como resultado de la separación de conductas consideradas en la sociedad como masculinas o femeninas, de manera independiente a su procedencia biológica o cultural, los efectos terminan por extrapolarse a dinámicas económicas, dentro de las cuales se evidencian diferencias salariales, segregaciones ocupacionales tanto horizontales como verticales, entre otras desigualdades que se han perpetuado debido a la división sexual del trabajo en función de roles tradicionales de género (Peiteado, 2016), bajo una mayor perspectiva binaria.

Estos tratos diferenciados según el género, y de manera específica para las mujeres en contraste con sus pares masculinos, han buscado ser explicadas por múltiples fuentes, entre las cuales la óptica neoclásica mencionada por Schultz

(1983) y Gunderson (1976) le atribuyen a la diferencia de inversión en el desarrollo del capital humano, en otras palabras, todos los esfuerzos orientados a la preparación formativa que permitiese acrecentar la productividad, son el criterio proporcional al salario percibido, por lo cual las mujeres al tener pocas oportunidades de formación académica ya que sus ocupaciones eran en mayor parte domésticas, accedían a trabajos que requerían poco conocimiento y que eran lo suficiente flexibles para conciliar la maternidad y el cuidado del hogar, pero a la vez, esto desencadenaba en la recepción de un salario inferior, cuya lógica, de hecho, se mantiene en la época actual. En contraste, Gaskell (1986) afirma que incluso cuando las mujeres tienen el tipo de capacitación y habilidades requeridas para un puesto de trabajo, estas son devaluadas, lo cual expone la falencia de la calificación laboral, misma que no necesariamente, toma criterio válido la cantidad y calidad de conocimientos que posea, sino que tiene sesgos influenciados por el género para la toma de decisión de contratación. En cuanto a la contribución marxista, las relaciones laborales se conciben a la par de las clases sociales, por lo que aquellas mujeres que desempeñaban sus actividades de trabajo en el mercado laboral formal estaban sujetas a una doble explotación, la de su fuerza de trabajo en condiciones de desventaja, pero también al esfuerzo doméstico no remunerado (Guettel, 1974). En este sentido, se evidencia que la incorporación de la mujer en el mercado laboral desde sus inicios fue construida en primer plano desde una perspectiva de cuidado del hogar y en segundo plano desde una de fuerza de trabajo, lo cual plantó y acentuó las diferencias salariales, que siguen manifestándose en el presente siglo.

En cuanto a la dimensión política, se hace mención al establecimiento de relaciones de poder basadas en la distribución de recursos, es decir, los individuos estaban jerarquizados por estamentos socioeconómicos que respondían a intereses de diferentes actores de la sociedad, dentro de los cuales el ideal de igualdad

quedaba rezagado de la agenda política, ocasionando relaciones de poder asimétricas para las mujeres (Fleury, 1999), situación que se traduce en mayores dificultades para llegar a puestos de representación política, y denota patrones de discriminación y violencia dentro de instituciones políticas, partidos políticos e incluso, en la generación de políticas públicas que no atienden las inequidades que este colectivo atraviesa y la legislatura no visibiliza, y que de manera paradójica, contiene a la mitad de la población. Por tal razón, se han aplicado medidas de acción afirmativa, cuotas y oportunidades de trabajo y participación política, entre otras, que tienen por objetivo el aumento y la mejora de condiciones de acceso, pero que aún siguen siendo insuficientes para un bienestar integral de la mujer (Arévalo, 2021).

La mencionada desigualdad de género cobra especial relevancia en el marco de la Agenda 2030, ya que contempla 17 ODS, dentro de los cuales se abarcan las dimensiones económica, social y ambiental que tienen como uno de sus principios, la igualdad de género como eje transversal del desarrollo de todos los países del mundo (ONU, 2015).

Una vez abordada la teoría de género, se procederá a estudiar la teoría de emprendimiento, la misma contiene las dimensiones, variables y fuentes descritas a continuación:

Tabla 3

Dimensiones que la teoría establece para el análisis del emprendimiento

Dimensiones	Variables	Fuentes
Económica	<ul style="list-style-type: none"> Entorno económico 	(Carmen, Héctor, & Azimut, 2011), (Real Academia Española, 2021), (Cantillón, 1755), (Fundación Chile, 2012), (Escandón & Arias, 2011).
Sociológica	<ul style="list-style-type: none"> Cultura 	(Mohanty, 2017), (Cavazos & Giuliani, 2017), (Hidalgo, 2014), (González, Murillo, & Osorio, 2016), (Heller, 2010) (Díaz & Jiménez, 2010).
Psicológica	<ul style="list-style-type: none"> Características Motivación 	(Knight, 1921; Schumpeter, 1934; Leibenstein, 1966; Casson, 1982 & Coon, 2004; Rodríguez & Jiménez, 2005).
Gestión empresarial / Administración	<ul style="list-style-type: none"> Habilidad, gestión y crecimiento 	(Hidalgo, 2014), (Solís & Castillo, 2021), Gámez (2013, como se citó en Thornton, 1999).

Nota. Se han determinado las dimensiones y variables a partir de la revisión bibliográfica de mayor coincidencia sobre estas áreas por parte de diversos autores.

La teoría del emprendimiento tiene múltiples contribuciones científicas, no obstante, de momento no existe un consenso que permita plantear una única visión sobre la misma; en virtud de lo cual, el estudio compilará la variedad de propuestas y generará una perspectiva complementaria e integradora que apunte a los objetivos de la presente línea de investigación.

En primer lugar, el emprendimiento se comprende como una actividad humana, que permite aprovechar las oportunidades del entorno para la creación de nuevas empresas, bienes o servicios, e incluso puestos de trabajo, a la vez que solventa las necesidades de los consumidores (Carmen, Héctor, & Azimut, 2011). Asimismo, la RAE (2021) lo concibe como aquella actividad de iniciar una obra, negocio, idea, que conlleva dificultades o peligros asociados. Para finalizar una definición muy adecuada para el término en mención, y de las primeras en la historia es “individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en *contratados*, que reciben salarios o rentas fijas, y los *emprendedores*, que reciben ganancias variables e inciertas” (Cantillón, 1755). Se puede evidenciar que estas conceptualizaciones contienen elementos que se entrelazan con la dimensión económica, al considerarse al emprendimiento como una actividad cuya visión está orientada en mayor parte a la rentabilidad, la producción y la acumulación de riqueza, y a su vez, integra matices morales.

Por el contrario, algunos autores sugieren que el abordaje de la definición de emprendedor tiene otros componentes que van más allá de los intereses económico-empresariales tradicionales, añaden que su razón de ser, tiene una perspectiva más humana, por ejemplo, para Mohanty (2017), es la capacidad de ver una oportunidad donde otros sólo ven caos, contradicción y confusión, además puede tener un enfoque comercial o social (Cavazos & Giuliani, 2017); mientras que para Hidalgo (2014) significa generar valor, con el uso eficiente de recursos o incluso a pesar de la carencia de los mismos, dado que la motivación surge de la visión, pasión y el compromiso con la causa, contando con la disposición suficiente para asumir riesgos. A lo cual está de acuerdo González, Murillo, & Osorio (2016), mismos que añaden que los proyectos impulsados por emprendedores persiguen tanto el beneficio

individual, como el colectivo; ya que buscan ser precursores de procesos de cambio en su sociedad. Así mismo, este concepto alude al “ejercicio constante de crear valor, cualquiera sea el contexto: personal, social o de negocios” (Fundación Chile, 2012, pág. 8).

En otras palabras, esta persona denominada “emprendedora” en definitiva debe cumplir con ciertas características especiales. Para varios autores, cualidades inherentes a un emprendedor son: la creatividad, proactividad, coordinación, organización, liderazgo, innovación, asunción al riesgo, visualización de oportunidades del mercado y solución a problemas (Knight, 1921; Schumpeter, 1934; Leibenstein, 1966; Casson, 1982 & Coon, 2004; Rodríguez & Jiménez, 2005). Este abordaje de cualidades se enmarca bajo el estudio de la dimensión psicológica, a su vez, se complementa con el análisis de motivación, y permite concluir que una persona emprendedora es estimulada por múltiples variables que congenian objetivos de generación de valor tanto individual como colectivo, económico, social, e incluso ambiental; así mismo, es poseedora de un perfil de aptitudes robusto que le permite alcanzar sus objetivos.

Con respecto al análisis de la dimensión empresarial, se partirá de la comprensión de que las habilidades de gestión y crecimiento para tener éxito pueden ser aprendidas, potencializadas con la práctica y el estudio constante, a lo cual Hidalgo (2014) añade “las habilidades y destrezas emprendedoras no son totalmente de nacimiento, sino que pueden ser desarrolladas y pulidas con la enseñanza emprendedora” (p.49), lo cual manifiesta las importantes oportunidades de progreso que pueden ser adquiridas y perfeccionadas en el tiempo, y que además, están a disposición de quien desee aprenderlas.

Por otro lado, es importante añadir que, si bien la persona emprendedora surge a partir de elementos interiores tales como el interés monetario, motivaciones

sociales, o de realización personal, una perspectiva individual, también es influenciada por el entorno en el cual se desenvuelve. Al respecto, en el 2021 Solís & Castillo, plantean que “es más fácil el fomento de una cultura de emprendimiento donde existen personas con experiencias emprendedoras exitosas, que en un territorio donde son más escasos” (p. 87), y Gámez (2013, como se citó en Thornton, 1999) añade que es importante reconocer el contexto de la creación organizacional, actividades profesionales, políticas gubernamentales, desarrollo y tendencias del mercado, la presentación de los inevitables cambios tecnológicos, entre otras dinámicas del entorno. Lo cual termina por destacar la importancia de interactuar en un contexto que facilite el afloramiento de emprendimientos y *startups*, ya que influencia directamente en la concepción, formación y sostenibilidad de los mismos; y a medida que más casos exitosos se alcancen en un territorio geográfico determinado, como en el Ecuador por ejemplo, más favorecedor será el ecosistema para el emprendimiento y la innovación para sus ciudadanos.

Por consiguiente, dentro de este análisis cultural que corresponde a la dimensión sociológica, es importante introducir el componente de género, de tal forma que este complejo fenómeno se pueda estudiar bajo perspectivas multidimensionales, que a su vez, faciliten una apreciación más cercana sobre el mismo y sus varios elementos que lo componen. Según Heller (2010) las capacidades asociadas al emprendimiento y formas gerenciales están vinculadas de manera significativa a la masculinidad, razón por la cual se tiene una menor presencia femenina dentro del entorno empresarial (Díaz & Jiménez, 2010). En tal sentido, para Hernández, Camarena, & Castanedo (2009) dentro del emprendimiento liderado por mujeres aún existen limitaciones importantes, fundadas en la división tradicional de roles género; por ejemplo, los datos presentados sobre el Trabajo no Remunerado de los Hogares (CSTNRH) publicado por el Instituto Nacional de

Estadísticas y Censos (INEC, 2019) recalca que de cada 100 horas, las mujeres destinan 88 horas y los hombres 12 horas a las actividades de cocción o preparación de alimentos; cifras similares son vislumbradas en actividades dentro del hogar tales como la limpieza de la casa, tender las camas, arreglar el jardín, o lavar la vajilla; estos datos denotan la presencia de los mencionados roles de género en la contemporaneidad, y que además, terminan por influir en el área de los negocios. Por lo tanto, si bien la teoría de emprendimiento se estudia bajo dimensiones económicas, psicológicas, sociológicas y de administración, el abordaje de este trabajo enfatizará aquella que comprende aspectos que favorecen o limitan su ejecución por parte de las mujeres. En los últimos años ha habido notables avances y crecimiento de su participación en la economía mundial (Escandón & Arias, 2011); situación que se alinea a la naturaleza de dos ODS el número cinco -igualdad de género- y ocho -trabajo digno y crecimiento económico-; no obstante, pese al progresivo avance de las últimas décadas, aún existen desafíos significativos para este grupo poblacional.

En adición, respecto a los avances del emprendimiento en el Ecuador, recientemente se realizó la aprobación de reformas a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, aprobadas el 10 de agosto del 2021. La misma, genera varios incentivos atractivos para promover el emprendimiento juvenil, entre los que se puede mencionar: la creación de la Bolsa de Emprendimiento, programas de formación de planes de negocio o proyectos, que podrán ser analizados con el trabajo de titulación, requisito actual para la graduación del estudiante. Además, se propone establecer cooperación institucional entre actores claves del sector como por ejemplo: la Senecyt, el Ministerio de la Producción, Instituciones de Educación Superior, Cámaras de Producción, Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's) y representantes de la economía popular y solidaria (Asamblea Nacional, 2021). A

pesar de que su implementación requiere esfuerzos importantes en la articulación de varios actores de la sociedad como la academia, el sector privado, el gobierno y la sociedad civil, sin duda este trabajo en conjunto permite abordar de mejor manera las necesidades de la ciudadanía y, por tanto, posibilita una mejor toma de decisiones en el sector del emprendimiento y la innovación, (Chávez, y otros, 2020) panorama favorable en tanto brinda más oportunidades para la población juvenil femenina inmersa en estas áreas.

Además, la exportación es considerada una de las actividades más importantes para la economía del país, en tanto es una de las fuentes de ingreso que le permiten responder con sus obligaciones financieras y cubrir los gastos del Estado. Sin embargo, también es una actividad que representa importantes desafíos para su efectiva ejecución, ya que requiere entre algunos componentes, del cumplimiento de certificaciones específicas según el país destino, la capacidad de manejar grandes volúmenes de venta, la logística adecuada, el acceso a la información y a contactos estratégicos, el presupuesto suficiente, etc. En otras palabras, es una actividad relevante en términos económicos, pero también que tiene barreras de entrada importantes, y sin duda, representa mayores esfuerzos para su correcta implementación en el caso de los emprendimientos. Este fenómeno, es estudiado con deficiencia, razón por la cual cobra relevancia realizar el análisis respectivo sobre su comportamiento, con la finalidad de contribuir a la generación de conocimiento sobre este tema, que además aporta de forma significativa a la economía local.

Finalmente, de lo revisado tanto en la teoría de género como en la de emprendimiento, se puede apreciar que, por un lado, es importante reconocer los patrones culturales adquiridos por décadas, que intervienen en las dinámicas de la sociedad en función de su género, así como lo asociado o esperado a cada uno de ellos, esto puede ser favorecedor o limitante, esta situación en concreto coloca en

una posición de desventaja a la mujer en el contexto del emprendimiento y los negocios. Por otro lado, se evidencian características inherentes en el perfil de un emprendedor, que lo permiten desarrollarse de forma destacada, y a medida que genera una propuesta de valor con beneficios lucrativos, también apuesta por la responsabilidad social y la sustentabilidad ambiental. Además, es evidente la existencia de esfuerzos significativos por parte de cualquier emprendedor por superar sus condicionantes externos, sobre todo si el entorno no es favorable, no obstante, se puede concluir que si bien estas capacidades de proactividad, coordinación, organización, liderazgo, innovación, asunción al riesgo, visualización de oportunidades del mercado y solución a problemas; todos los emprendedores las tienen en mayor o menor medida y son desarrolladas con más tenacidad por parte de las mujeres en comparación con sus pares masculinos, precisamente porque estas se encuentran en una posición desigual e inequitativa desde el inicio, es decir, desde el momento en el que se están formando como emprendedoras. En virtud de lo mismo, vale la pena destacar sus cualidades de resiliencia y empoderamiento en esta actividad ya que demanda de mayores esfuerzos para ellas, únicamente por su condición de género.

De manera que, tras estas reflexiones, el presente trabajo se enmarcará bajo una perspectiva de género aplicada en la economía del país, con énfasis en emprendimientos que han logrado la exportación, liderados por mujeres ecuatorianas.

Marco Referencial

Basado en la recopilación de varios estudios permite vislumbrar el análisis de estos componentes de manera coordinada. Entre los cuales, se encuentra “Género y Emprendimiento Exportador” informe levantado por parte de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) que abarca el tema de la desigualdad de

género en el ámbito comercial, lo cual se traduce en impactos tanto sociales como económicos; en ese sentido, analiza la forma en la cual las políticas comerciales pueden promover la igualdad de género en este entorno en específico (Frohmann, 2018).

Por otro lado, se encuentra el artículo *¿Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth*, se aborda parámetros asociados con la diferencia de género en los emprendimientos, ya que estos se asocian de manera histórica a un rol masculino, por lo que analiza la forma en la que se construye la identidad de las emprendedoras, bajo algunas interrogantes como son: ¿qué concepciones tienen sobre ellas mismas?, ¿cómo perciben el éxito y el crecimiento de sus negocios?, ¿cuáles son las mayores oportunidades a aprovechar y desafíos pendientes a afrontar? (Ladge, Eddleston, & Sugiyama, 2019) entre otros cuestionamientos adicionales.

De la misma manera, se señala en el estudio “Emprendimientos impulsados por mujeres ecuatorianas” en la revista *Cienciamatria*, información orientada al análisis de la participación de las mujeres del país en el área del emprendimiento, así como su avance, con una perspectiva económica, social y cultural (Galecio, Castaño, & Basantes, 2019).

Para finalizar, se considerará al informe presentado por el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* del año 2019 - 2020, aplicado en el Ecuador por parte de la Escuela de Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPAE), este estudio aporta a nivel mundial datos relevantes sobre el emprendimiento en aquellos países participantes, el mismo recopiló datos primarios a través de una encuesta a la población adulta, con una muestra de 2063 personas entre 18 y 64 años de edad, identificando datos demográficos, socio-económicos, formativos, etc., pero también aspectos cualitativos tales como: características,

motivaciones y aspiraciones de las personas emprendedoras del país (GEM, 2019); el cual aportará con mayor énfasis en el análisis de datos de la presente investigación.

Marco Conceptual

- **Emprendimiento**

Una unidad productiva nueva con menos de 4 años o un nuevo proyecto de una empresa existente. Es un proceso que va desde la ejecución de acciones orientadas a la identificación de oportunidad para la creación de una nueva organización, hasta la conducción del crecimiento de una organización existente. (GEM, 2020)

- **Innovación**

Concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen a la innovación.; y puede darse a través del uso de un conocimiento nuevo o la combinación de preexistentes. (UNED, 2010)

- **Género**

“Roles, las características y oportunidades definidos por la sociedad que se consideran apropiados para los hombres, las mujeres, los niños, las niñas y las personas con identidades no binarias” (OMS, 2018).

- **Liderazgo**

Relación de influencia que se produce entre los líderes y sus seguidores, que tiene como objetivo alcanzar a metas y propósitos acordados previamente, para satisfacer las necesidades que comparten del grupo (Sociedad Española de Excelencia Académica, 2020).

- **Missing middle**

Corresponde al segmento medio faltante, es la brecha de inversión que es clave para el desarrollo de cualquier compañía o emprendimiento, y centra su atención en la inversión entre USD 10.000 hasta USD 500.000 (Schwartz & Arévalo-Carpenter, 2021).

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible**

Los ODS, “se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030” (PNUD, 2015).

- **Persona emprendedora**

Aquella persona que buscan generar valor a partir de la creación o expansión de una actividad económica, a través de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados (OECD, 2008).

- **Sexo**

“Características biológicas que definen a los seres humanos como hombres o mujeres” (OMS, 2018).

Diferencia sexual dada por un componente natural o biológico, es decir, rasgos fisiológicos, configuración genética, hormonal, que contempla órganos sexuales y genitales, así como características morfológicas propias del individuo, que definen su sexualidad como hombre o mujer (Molina, 2010; Arregui, 1999).

- **Startups**

Definida como una empresa emergente, normalmente con un componente imprescindible de tecnología, alto y rápido potencial de crecimiento y escalabilidad. Sus productos o servicios sobresalen por su grado de innovación, lo que los

convierten en altamente deseados y atractivos para el mercado, su crecimiento es exponencial y sostenido en el tiempo (BBVA, 2018).

- **TEA**

Indicador del GEM, corresponde a la tasa de Actividad Emprendedora Temprana, el cual contempla a emprendedores entre 18 y 64 años, cuyo negocio (naciente o nuevo) tiene sus actividades funcionando más de 3 meses pero no mayor a 42 meses (4 años).

Capítulo III. Diseño Metodológico

Introducción al Diseño Metodológico

La investigación científica es como cualquier otro tipo de investigación y cumple tres criterios relevantes, es sistémica, empírica y crítica; y a pesar de que la misma pueda ser “más o menos controlada, más o menos flexible o abierta, más o menos estructurada, nunca es caótica y sin método” (Kerlinger & Lee, 2002).

El diseño metodológico es relevante para la investigación debido a que delimita los procedimientos metodológicos, técnicas, instrumentos y demás lineamientos a emplear para el pertinente análisis del tema, cumplimiento de objetivos y validación de hipótesis, elementos planteados en los capítulos precedentes (Albuja & Herrera, 2018 & Arias, 2012).

Enfoque Metodológico

Según Sampieri, Fernández & Baptista (2014), el enfoque mixto, es aquel que emplea la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, con el objetivo de aunar la información obtenida y conseguir un conocimiento más profundo sobre el trabajo de estudio. En contexto, esta investigación utiliza el enfoque mixto debido a que recopila cifras sobre los emprendimientos del país que exportan sus bienes o servicios, cuyas propietarias o gerentes, son mujeres; pero a la vez, realiza un análisis cualitativo al evaluar sus características, comportamientos y valores, sobre todo al considerar su perfil como emprendedoras.

Tipología de la Investigación

Por el Alcance

Las investigaciones cuyo alcance es descriptivo tienen por finalidad precisar características y propiedades de “personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014, p. 125). En ese sentido, la presente investigación busca identificar y

describir la situación de los emprendimientos liderados por las mujeres ecuatorianas, con sus respectivas particularidades, necesidades, desafíos y tendencias.

De manera complementaria, la investigación será de índole transeccional o transversal, debido a que la recolección de datos se realiza en un único punto de tiempo o momento, el cual corresponde al año 2019.

Por su Finalidad

La investigación científica ejecuta dos propósitos puntuales, el primero se dirige a la producción del conocimiento y teorías (básica), mientras que el segundo se enfoca en la resolución de problemas (aplicada). Es por ello, que el presente estudio tiene una finalidad aplicada, ya que pone en práctica las teorías investigadas mas no las crea, y lo lleva a cabo a través de la revisión de estudios y análisis sobre información relacionada al emprendimiento exportador con enfoque de género. Además, para Sampieri, Fernández & Baptista (2014, como se citó en Lester y Lester, 2012) la tipología aplicada cobra relevancia ya que es pertinente para la evaluación, comparación, interpretación, establecimiento de precedentes y determinación de causalidades y de sus implicaciones.

Por las Fuentes de Información, Instrumentos de Recolección de Información, Procedimiento para Recolección de Información

Respecto al análisis cuantitativo, este se realizará en base a la revisión documental y bibliográfica; cuyo instrumento de recolección de información versará sobre bases de datos estadísticos provenientes de fuentes secundarias, aplicando una técnica documental. Se tomará como referencia el informe presentado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del periodo 2019 - 2020, aplicado en el país por parte de la Escuela de Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral; además, se utilizará estudios realizados por organismos internacionales como la

CAN, ALADI, CEPAL, entre otros, así como por instituciones públicas o privadas nacionales.

Por otro lado, en lo que respecta al procedimiento de investigación cualitativo, el instrumento de recolección a utilizar es en primer lugar, el análisis de contenido, mismo que tiene por objetivo analizar e interpretar el sentido oculto de información que se encuentra en escritos, entrevistas, discursos, sitios web (Viteri, 2021). En segundo lugar, la entrevista, definida como una reunión conversacional que permite intercambiar información entre la persona entrevistadora y la entrevistada (Janesick, 1998), la cual será semiestructurada, es decir, aunque existe una guía de preguntas predefinidas a realizar, también es posible introducir de manera libre nuevas interrogantes, durante el desarrollo de la entrevista (Grinnell & Yvonne, 2011). De esta manera, se podrá conseguir un vasto abordaje sobre las características, los desafíos y las oportunidades actuales para las mujeres ecuatorianas en puestos de liderazgo empresarial o de emprendimientos.

Por las Unidades de Análisis

La tipología de la investigación por las unidades de análisis será de laboratorio, debido a que se ejecutará una extensa revisión bibliográfica de fuentes secundarias de información planteadas previamente, para el análisis del tema propuesto y la consecución de sus objetivos.

Por el Control de las Variables

El presente estudio será no experimental ya que no manipulará variables independientes sobre las dependientes de manera intencional, por el contrario, se observará la situación de la forma en la que se da en su estado natural (The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009); en este caso, las variables de emprendimiento y género serán únicamente contempladas con la perspectiva de examinar su comportamiento y describirlo.

Procedimiento para Tratamiento y Análisis de Información

Para finalizar, este procedimiento se realizará a través del análisis estadístico descriptivo, es decir, se empleará las bases de datos secundarias previamente existentes por parte del GEM y se escogerán las variables relevantes segmentadas por género, y en virtud de que este estudio lo considera de forma binaria (hombre o mujer), se seleccionará al género femenino. A lo cual, de manera complementaria, se añadirá el análisis de los resultados obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas a expertos del área, con el fin de cotejar la información recopilada. De esta manera, se podrá describir a detalle las características encontradas sobre este tema de estudio.

Capítulo IV. Análisis de Datos

Introducción al Análisis de Datos

En esta sección se encontrará el procesamiento de los datos obtenidos por las diversas fuentes de información. En primer lugar, las estadísticas facilitadas por parte del GEM de Ecuador correspondiente al año 2019-2020, estudio representativo a nivel nacional, por lo tanto, los datos, interpretaciones y conclusiones abordadas en esta investigación también lo son. Como segundo lugar, el análisis de contenido de las fuentes secundarias restantes. En tercer lugar, la percepción de las personas expertas y que están inmersas en el sector del emprendimiento y la innovación. Y, en cuarto lugar, se comprobará la veracidad de la hipótesis planteada.

Es importante aclarar que, pese a que el estudio es de índole transversal o transeccional con aplicabilidad específica en el año 2019, se utilizará material de apoyo que permita apreciar los datos de la forma más actualizada posible, por lo cual se incluyen las estadísticas del Women's GEM a nivel mundial, informe actualizado al 2020 – 2021 sobre el ecosistema del emprendimiento y la innovación para las mujeres, con análisis puntuales para Latinoamérica y el Caribe. Esto es necesario al considerar que el emprendimiento como actividad económica presentó un fuerte impacto en el contexto mundial de pandemia y por tanto, resulta relevante entender su comportamiento de manera holística en la contemporaneidad.

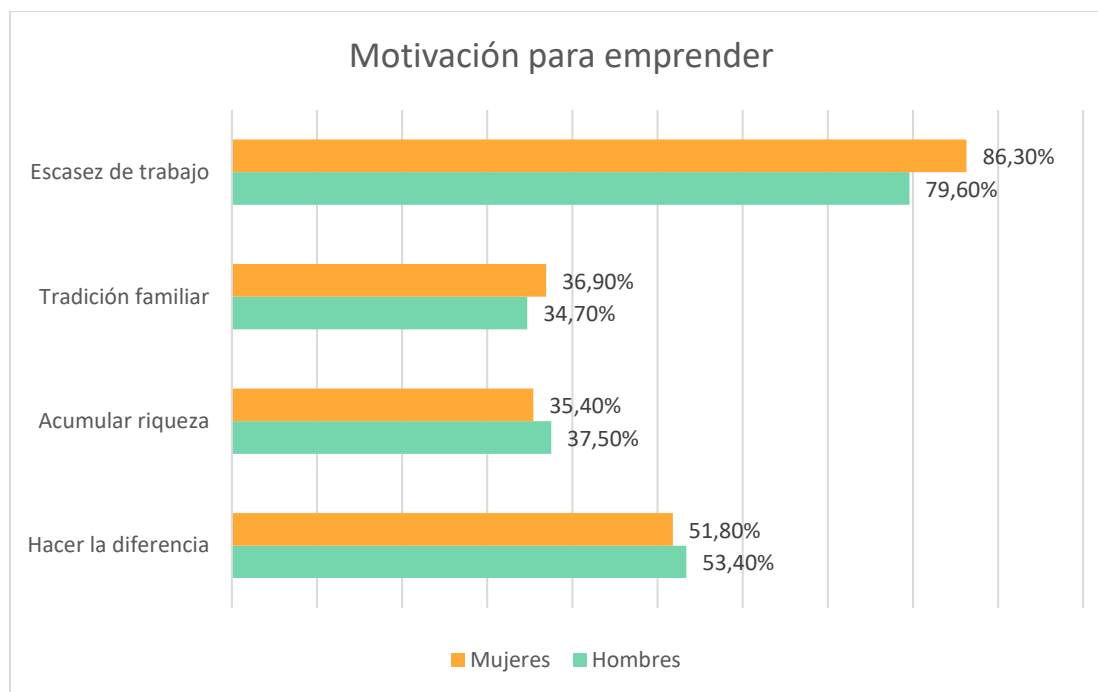
Análisis Descriptivo

De manera histórica se ha encontrado en los estudios levantados por el GEM que Latinoamérica y el Caribe tienen los indicadores más altos en el mundo respecto a la creación de negocios con el 43 %, seguido de manera cercana únicamente por Oriente Medio y África; así mismo, los niveles más altos de emprendimiento femenino también se registran en la región.

Motivación

Figura 2

Motivación para emprender en el año 2019



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

En estudios precedentes del Monitor Global del Emprendimiento (GEM), la metodología aplicada para conocer la motivación al emprender se dividía en dos ramas, la primera correspondía a la necesidad y la segunda a la oportunidad. A partir del 2019 (año de referencia) se adoptó una nueva metodología, la cual permite examinar con mayor amplitud, las razones que motivan el emprendimiento. Como resultado, se tiene que tanto para hombres como para mujeres la mayor motivación es la “escasez de trabajo”, no obstante, se observa una diferencia porcentual de 6,7 puntos, lo que señala que las mujeres (86,30 %) tienen mayores dificultades laborales que sus pares masculinos (79,60 %). Por otra parte, la segunda razón más alta para emprender es “hacer la diferencia”, con el 53,40 % para hombres y 51,80 % para mujeres; seguida de “tradición familiar” en la cual existe un liderazgo femenino

con el 36,90 % y “acumular riqueza” liderada por sus pares masculinos con el 37,50 %.

De forma similar, el Women’s Entrepreneurship 2020 – 2021, en su último informe señala que tanto para hombres como mujeres la motivación más recurrente para iniciar un nuevo negocio es la “escasez de trabajo”, siendo las mujeres el grupo mayoritario que la tiene. Así mismo, los datos registrados para Latinoamérica y el Caribe también denotan un comportamiento similar, con la particularidad de que la diferencia porcentual es mayor, de aproximadamente el 10% más para las mujeres en comparativa con los hombres, seguida de “hacer la diferencia” como segunda motivación más importante con relativa paridad de género (Women GEM, 2021).

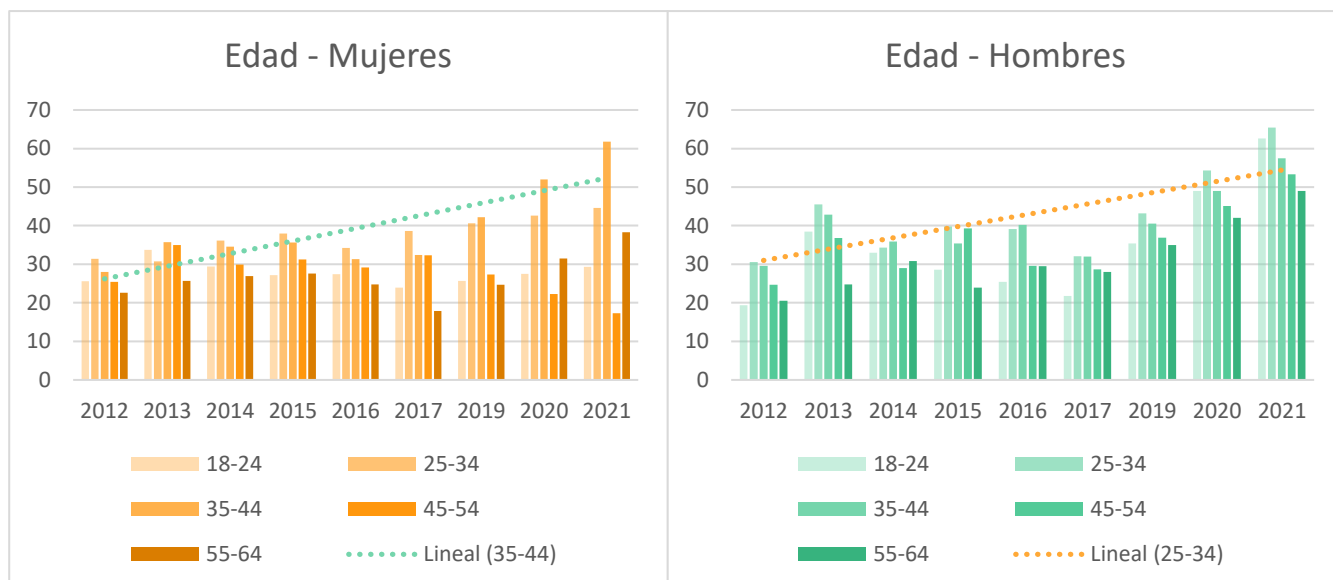
Al observar que el comportamiento de las motivaciones se ha mantenido constante durante los años 2020 y 2021 en el contexto regional y mundial, cuya data coincide con la registrada para el 2019 en el Ecuador, se concluye que a nivel nacional la tendencia de esta variable se mantiene.

Sobre el particular, los resultados de las entrevistas señalan que los emprendimientos en el Ecuador se generan en mayor proporción por la necesidad de subsistencia que por la identificación de oportunidades en el mercado, lo cual tiene efectos en su baja perspectiva de crecimiento y sostenibilidad como se lo desglosará en detalle más adelante (sección financiamiento y exportación).

Edad

Figura 3

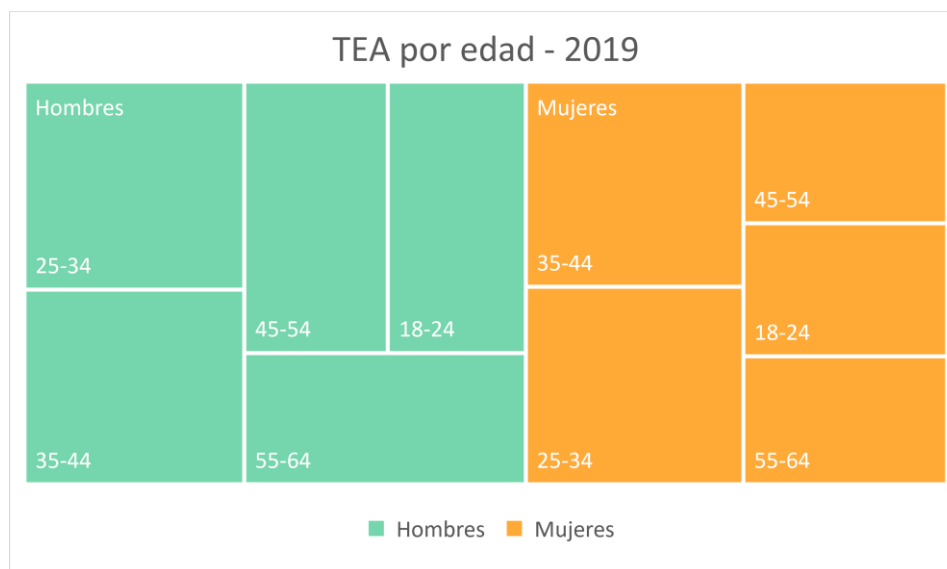
TEA histórico por edad para mujeres y hombres



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

Figura 4

Distribución de TEA por edad para mujeres y hombres en el 2019



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

La tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) segmentada por edad indica que para el 2019, la mayor cantidad de mujeres emprendedoras con el 42,20 % se encontraban en el rango de 35 a 44 años, mientras que el 40,60 % oscilaban

entre 25 y 34 años. Este comportamiento se invierte al compararlo con sus pares masculinos, ya que el 43,20 %, es decir la mayoría, se encuentran en el rango de 25 a 34 años, seguidos por el 40,50 % entre 35 y 44 años.

Asimismo, las proyecciones para los años 2021 y 2022 apuntan a que la tendencia descrita con anterioridad se mantendrá, es decir, que la mayor proporción de mujeres emprendedoras se encontrarán entre 35 y 44 años, mientras que los hombres entre los 25 y 34 años; no obstante, es importante aclarar que a pesar de que las proyecciones para los años 2020 y 2021 se realizaron en base a los datos históricos de 7 años, este período de tiempo es particularmente inusual, debido a que son años que se enmarcan en un contexto de emergencia sanitaria por la pandemia a nivel mundial. En función de esto, los datos antes expuestos son los esperados en un entorno habitual, y al no ser el caso, es razonable que puedan variar.

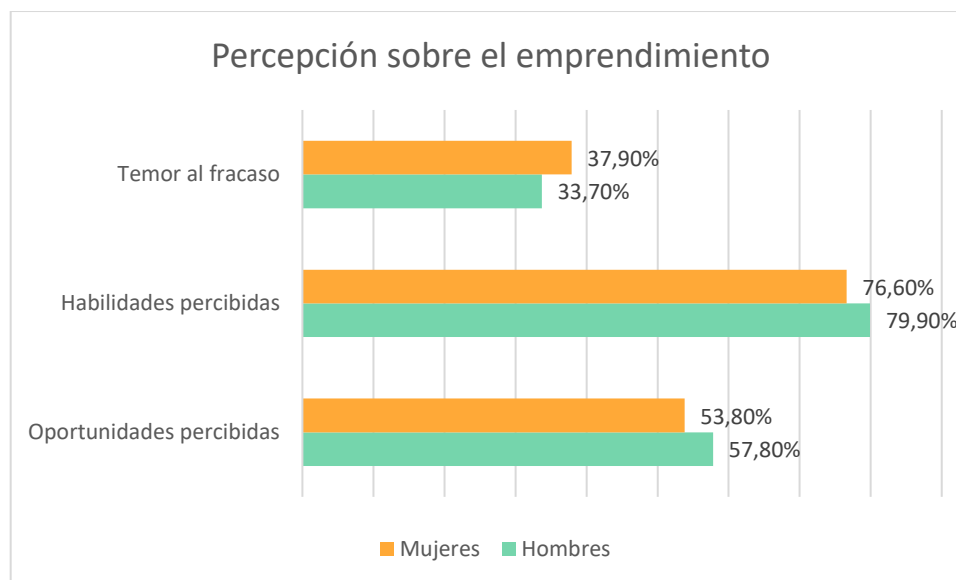
De acuerdo con el Woman GEM 202, a nivel mundial los niveles más altos de edad para emprender se encuentran en el rango de 18 a 34 años, con cercana paridad de género; no obstante, para aquellos países con ingresos medios la tendencia indica que las mujeres incurren en el emprendimiento en edades aún mayores, en contraste con sus pares masculinos. Las estadísticas demográficas para América Latina y el Caribe coinciden con las globales respecto a que las emprendedoras son más activas en esta industria en edades más altas que los hombres.

En conclusión, la data actualizada confirma las proyecciones realizadas con anterioridad, en la cual las mujeres emprendedoras ecuatorianas tienen en su mayoría edades comprendidas en el rango de los 35 y 44 años, seguidas del rango entre 25 y 34 años de edad en contraste con sus contrapartes masculinas que muestran un comportamiento inverso.

Percepciones Generales

Figura 5

Percepciones sobre el emprendimiento en el 2019



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

En la figura 5, se observan los indicadores de percepción individual sobre el emprendimiento. En un primer momento se encuentra que las mujeres son más propensas a percibir el temor al fracaso como un limitante para empezar a emprender con el 37,90 %, frente a un porcentaje menor que el de los hombres con el 33,70 %. En un segundo momento, las habilidades requeridas para iniciar un negocio son percibidas en menor cantidad por las mujeres con el 76,60 % que sus pares masculinos con el 79,90 %. Y, en un tercer momento, las mujeres vislumbraron menores oportunidades para emprender con el 53,80 % que los hombres con el 57,80 %. Estos datos son especialmente relevantes al considerar que tanto los datos históricos tomados a partir del 2012, así como las proyecciones para los años 2020 y 2021, denotan una tendencia sostenida, es decir, reflejan que estas percepciones se mantienen en el tiempo y es muy probable que se mantengan.

Al respecto, el Women GEM 2021 señala que las mujeres emprendedoras alrededor del mundo reportan en promedio un 20 % menos de confianza sobre sus capacidades para iniciar negocios, y no existe una sola región, incluso en aquellas de altos ingresos económicos, en las cuales este índice sea mayor para las mujeres en contraste con los hombres. Además, las estadísticas de los años 2018 y 2019 coinciden con las del 2020, y expone que las mujeres han reportado visualizar nuevas oportunidades de negocio un 10 % menos que sus contrapartes masculinas. Además, se observa que las mujeres son aproximadamente 10 % menos propensas a estar inmutables por el miedo al fracaso, en comparación con sus pares masculinos, los cuales suelen tener una perspectiva más positiva ante esta variable.

De manera puntual en los países de Latinoamérica y el Caribe, las mujeres son 10 % menos propensas a percibirse con las capacidades suficientes para emprender. En contraste, se encontró que la mitad de las mujeres (50 %) en la región no concibieron al miedo al fracaso como un limitante para iniciar un negocio en comparativa con el 55% de los hombres que sí lo consideraron.

En resumen, a pesar de que a nivel regional las cifras son más optimistas, los datos sugieren que las mujeres se perciben a sí mismas con capacidades inferiores a las de sus pares masculinos al momento de iniciar un negocio, y están expuestas a mayores barreras mentales, las cuales pueden ser propias o impuestas por el entorno.

Según la información obtenida a partir de las entrevistas a expertos, se reveló que por un lado, la norma general a nivel cultural es de aversión al riesgo, por lo cual evitan asumirlos; y por otro lado, manifiestan la existencia de una percepción externa que termina por influir en la interna, es decir, la forma en la que se concibe al emprendimiento por parte de la sociedad (familiares y amigos cercanos) es como una actividad en pequeña escala, con pocos rendimientos económicos, muy riesgosa y

cuyo costo de oportunidad de dejar un trabajo tradicional no es compensable; esta situación crea una limitante adicional para los emprendedores y terminan por reforzar inseguridades tales como la idea de que no cuentan con el suficiente conocimiento, conexiones, información y capital al momento de iniciar el negocio. Si se analiza con mayor detalle, para las mujeres existen cuestionamientos sociales adicionales que enfrentar, por ejemplo, si serán aptas para realizar estas actividades emprendedoras a la vez que manejan sus responsabilidades en el hogar, así como sesgos asociados a la edad, si son muy jóvenes o si se encuentran en etapa reproductiva, presuponiendo que estos factores influyen de alguna manera en el rendimiento o la capacidad para ocupar cargos gerenciales. Por tanto, estas variables terminan por influir en un primer momento que corresponde al lanzamiento de su emprendimiento, y en un segundo momento en su desarrollo, induciendo a que las mujeres tengan perspectivas de crecimiento demasiado reales, rozando el pesimismo, por el contrario, para los hombres la perspectiva de expansión es más optimista y favorable.

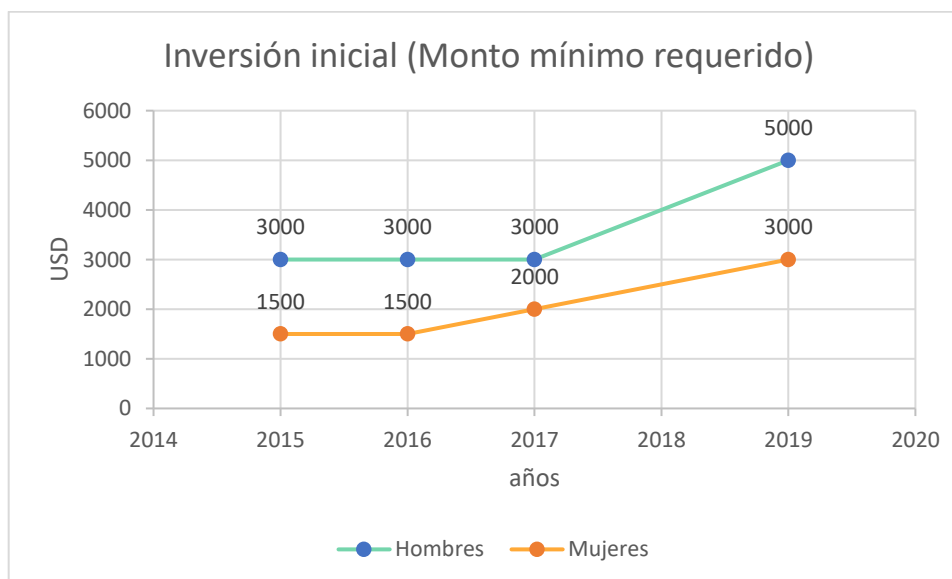
El emprendimiento sin duda está ligado al liderazgo, tanto en las etapas iniciales, así como en las de expansión y de crecimiento. Bajo este contexto, la totalidad de los expertos reportaron la existencia de diferencias en los estilos de liderazgo en función del género. Por ejemplo, coincidieron que las mujeres poseen el instinto maternal que fomenta el cuidado por el detalle, el cuidado y protección del grupo y la validación emocional; en contraste con sus pares masculinos que presentan estas características en menor proporción. No obstante, resaltaron que cualidades como tener la visión de hacer un cambio en la sociedad, planificación e implementación de estrategias y gestión de equipos más allá de ser un tema diferenciador para hombres o mujeres, resultan por ser particularidades de los emprendedores en su generalidad. Además, varios de ellos coinciden en que en términos de efectividad y alcance de mejores resultados, los grupos diversos son la

mejor alternativa, pese a que aquellos liderados exclusivamente mujeres tienen mejores resultados en contraste con sus contrapartes masculinas, cualquier grupo conformado por un único género, indistintamente de cualquiera que sea, es menos eficiente que un grupo balanceado; y extienden su análisis de diversidad de género, a diversidad en cuanto a raza, etnia, condición socioeconómica, geografía, orientación sexual, edad, entre otros, ya que la gran variedad de resultados permite comprender la realidad de manera más completa, y por tanto, tomar mejores decisiones. Aun así, coinciden en que el primer paso está vinculado necesariamente a la incorporación equitativa de género dentro de los grupos fundadores de emprendimientos y *startups*.

Financiamiento

Figura 6

Monto mínimo requerido para iniciar un emprendimiento



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

Se puede apreciar que el monto mínimo requerido para iniciar actividades económicas varía de forma significativa entre mujeres y hombres, por un lado, para el 2019 la inversión inicial para empezar un emprendimiento por parte de las mujeres

era de USD 3.000, mientras que para sus pares masculinos de USD 5.000, es decir, las mujeres emprendieron con el 40 % menos de capital que los hombres, lo cual representa USD 2.000 de diferencia. Así mismo, esta disparidad porcentual sostenida de inversión inicial oscila entre el 33 % y 50 % en los años precedentes.

Por su parte, se añade por parte del Women GEM 2021 que el acceso a financiamiento es una de las mayores preocupaciones para las mujeres, a pesar de que la cantidad monetaria que requieren para iniciar su negocio es menor que el de sus contrapartes masculinas.

Las entrevistas atribuyen diferentes explicaciones a este comportamiento, en primer lugar coinciden en que la influencia de estereotipos de género que vinculan fuertemente a las mujeres con actividades ligadas al cuidado del hogar y la familia, generan mayor escepticismo sobre inversionistas al momento de destinar su capital, en segundo lugar destacan que sus cualidades de optimización de recursos y su perfil conservador sobre el gasto de dinero hacen que su manejo sea lo más calculado y eficiente posible, en contraste que sus pares masculinos que tienen perfiles más arriesgados sobre el uso del mismo, y en tercer lugar mencionan que el monto de inversión es diferente, y en varios casos menor, debido a la poca participación de mujeres en la industria de tecnología, sector en el que se registran precisamente los índices más altos de inversión; por su parte, señalan que las mujeres tienden a incursionar mayormente en aquellas áreas socialmente esperadas de ellas, por ejemplos las relacionadas al cuidado, gastronomía, limpieza, etc., sectores que reciben menos financiamiento.

Por otro lado, los expertos acordaron que el monto inicial depende en gran medida de la industria en la cual incursionen los emprendimientos, si se trata de un bien que requiere infraestructura o de un servicio cuyos costos fijos son bajos, además interviene también el tamaño y diferenciación del emprendimiento, para los

más iniciales, básicos y sin innovación el rango estimado es de USD 3.000 a USD 5.000. Aquí se añade la particularidad de que el sistema financiero de microcrédito del país es de fácil acceso en un rango promedio de USD 500 a USD 2.000. En contraste, si se abordan emprendimientos más elaborados, con componentes más altos de innovación y tecnología, el monto inicial es mayor, los datos abordaron un rango de entre USD 20 000 a USD 300 000, en este sector precisamente es en donde el sistema bancario tradicional es inaccesible e incluso inexistente. Algunas personas entrevistadas señalaron que sus inversiones iniciales fueron financiadas de manera autónoma por concepto de ahorros, inversiones locales (de familiares, amigos y conocidos) y fuentes secundarias de financiamiento como trabajos alternos.

Por otra parte, se expuso las dificultades que el sistema financiero tradicional presenta para los emprendedores. En primer lugar, el sistema bancario en el Ecuador, en su mayoría tiene tasas de interés altas y el acceso a un crédito es limitado. En segundo lugar, para emprendimientos en fases iniciales, es decir, que sus activos son en mayor proporción intangibles como en industrias tecnológicas donde el servicio es un software, el sistema bancario no está preparado para evaluar adecuadamente estos negocios, lo cual hace que esta no sea una alternativa viable de financiamiento. En tercer lugar, estos impedimentos se presentan indistintamente del género y de una propuesta de valor que incluya responsabilidad social o ambiental, es decir, son criterios neutros, el sistema financiero resulta por ser inflexible. En cuarto lugar, una gran cantidad de emprendimientos se encuentran en el *"missing middle"*, conocido como el segmento medio faltante, corresponde a la brecha de inversión que es clave para el desarrollo de cualquier compañía o emprendimiento, y centra su atención en la inversión entre USD 10.000 hasta USD 500.000, considerando que las instituciones financieras de microcrédito tradicionales, que sí están desarrolladas en Latinoamérica y en Ecuador, cubren montos por debajo

de los USD 10.000, y los grandes fondos de inversión internacionales por sobre los USD 500.000, y suelen financiar entre USD 1 y 2 millones, e incluso más (Schwartz & Arévalo-Carpenter, 2021). Y en quinto y último lugar, incluso si se recibe financiamiento por parte de los mecanismos tradicionales, situación poco probable, el sistema solicita que existan garantes colaterales como bienes inmuebles o personas que respalden la inversión, lo cual desincentiva el emprendimiento ya que elevan el nivel de riesgo a tomar para iniciar el negocio.

En este contexto, las fuentes de financiamiento para emprendedores más ideales son: fondos de inversión, capital semilla, inversionistas ángeles, entre otros, que cuentan con la experiencia necesaria para evaluar proyectos en etapas tempranas de intangibles, así como en crecimiento y expansión; además, están dispuestos a invertir en proyectos que se encuentran ubicados en el *missing middle*.

Los datos reflejan que solo el 5,8 % de mujeres comparado al 8,2 % de hombres invierten en emprendimientos y *startups*, lo cual representa una brecha de género del 30 %. Aun así, la evidencia sugiere que las mujeres están más incentivadas en invertir en otras mujeres, es decir, en industrias que atienden las necesidades y preferencias de consumidoras o que tengan como propietarias de negocios a las mujeres. Además, se denota que los niveles de inversión más altos por parte de mujeres se encuentran en Latinoamérica y el Caribe, lo cual tiene sentido dado que el TEA más alto se encuentra posicionado en la región.

Así mismo, las entrevistas expusieron que, en contextos de levantamiento de capital por parte de fondos de inversión, existen diferencias respecto a las preguntas elaboradas durante los *pitch* de presentación del modelo de negocio. Por un lado, a los hombres fundadores las preguntas van dirigidas a la expansión y el crecimiento; por otro lado, para las mujeres fundadoras se hace énfasis en la minimización de riesgos e incluso existe mayor escepticismo sobre las proyecciones presentadas ya

que se cuestiona si se logrará la conciliación laboral con la familiar, situación que no se considera con los hombres.

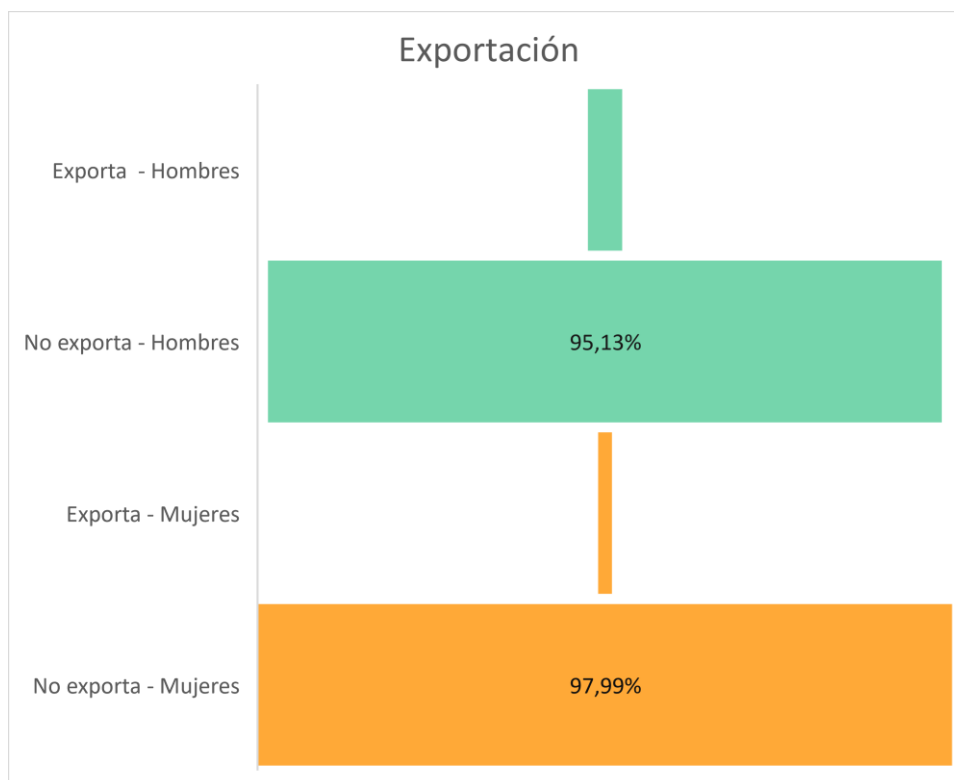
Bajo este contexto, las personas entrevistadas coinciden en que las mujeres están más dispuestas a invertir en negocios de otras mujeres por un tema de empatía y sororidad, ya que entienden que el tema de levantamiento de capital es una tarea aún más difícil para ellas, por lo cual consideran importante apoyar sus propuestas de valor a través de la asignación de fondos, ya que bajo común acuerdo se establece que el capital es el mayor incentivo del crecimiento y expansión de los emprendimientos; además señalan que es una decisión estratégica, ya que es un segmento con menos competencia por parte de otros inversionistas, lo cual permite que encuentren con anticipación el talento del equipo y el potencial del negocio o *startup*, a un mejor precio (más bajo) por un tema de menor oferta *versus* la gran demanda de inversión que existe en el mercado hacia emprendimientos liderados exclusivamente por hombres.

Exportación

Las personas emprendedoras pueden ir más allá de los límites de sus mercados locales a través de la oferta de sus bienes o servicios en el mercado internacional; esta propuesta cobra aún más sentido cuando los mercados locales o regionales son muy pequeños o están saturados por la competencia. Algunos de los factores por tomar en cuenta son: el desarrollo y crecimiento de la organización, infraestructura comercial y física, controles regulatorios, requisitos técnicos aduaneros, contactos estratégicos, prácticas culturales, entre otros; que deben contemplarse por parte de emprendedores antes de incursionar en la exportación.

Figura 7

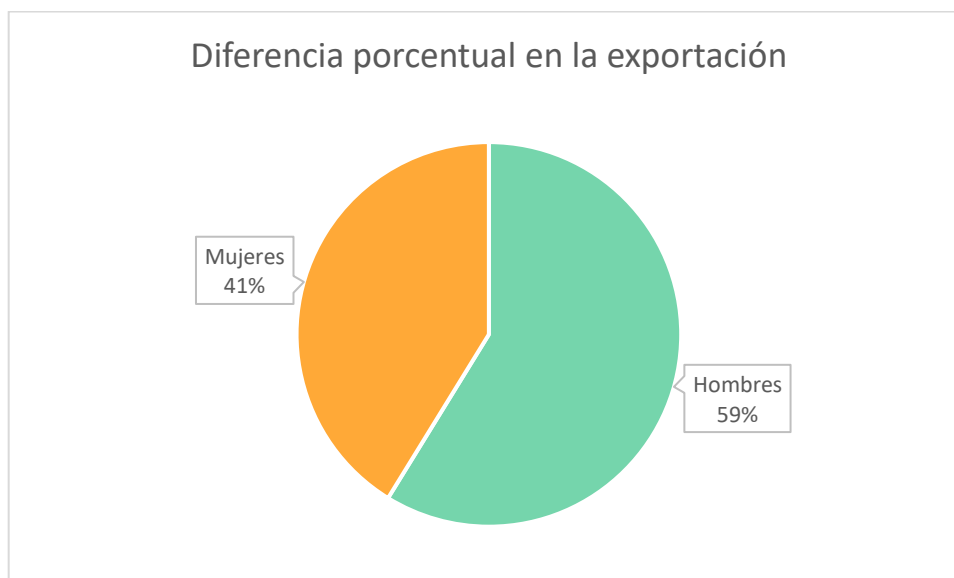
Exportación de emprendimientos



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

Figura 8

Proporción de emprendimientos exportadores entre hombres y mujeres en el 2019



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

En la figura 7 se puede contemplar la distribución de ingresos por parte de los emprendimientos. El comportamiento es similar para los dos géneros, por un lado, el 97,99 % de mujeres expresó no exportar, al igual que el 95,13 % de hombres. Al entrar en mayor detalle se encuentra que únicamente el 2,01 % de las mujeres percibe ingresos por ventas en el exterior y el 4,87 % en el caso de sus pares masculinos, es decir, en primera instancia el porcentaje de exportaciones es significativamente bajo para ambos grupos muestrales y en segunda instancia, al desagregar a profundidad los datos, aquellos que sí exportan están constituidos principalmente por parte de hombres con una participación del 59 % frente al 41 % de las mujeres (datos presentados en la figura 8).

Por su parte, la data del Women GEM del año 2020 – 2021 define que se consideran como emprendimientos exportadores cuando el 25 % o más de sus ventas provienen de clientes internacionales. En esa línea, a nivel global el nivel de internacionalización es casi el doble de alto para hombres que para mujeres (8,9 % vs. 4,9 %). Además, se observa que las mujeres son más propensas a escoger mercados objetivos a nivel local y menos incentivadas a perseguir ventas a nivel nacional y que el porcentaje es incluso menor en el mercado internacional. En conclusión, a nivel mundial las mujeres son 30 % menos propensas a enfocar ventas en mercados internacionales.

A nivel regional las cifras no varían de forma significativa, por el contrario, se mantienen. Las emprendedoras de América Latina y el Caribe prefieren seleccionar su segmento de clientes en el mercado local en mayor proporción que sus contrapartes masculinas, dejando de lado al mercado nacional y al internacional (Women GEM, 2021).

Estos datos tienen alta relevancia debido a que la orientación al crecimiento está fuertemente ligada al mercado geográfico seleccionado, es decir, si el tamaño

del mercado es mayor, existen más probabilidades de crecimiento, porque existe una mayor demanda insatisfecha que atender; por el contrario, si el tamaño del mercado escogido es menor, hay menos demanda que atender, por tanto, el crecimiento del negocio también será menor e inclusive, más lento. Bajo esta línea, es importante denotar la influencia que tienen los patrones culturales de género dentro del contexto familiar, en el tipo de negocio que las mujeres emprenden debido a que suelen ser los socialmente esperados por ellas (relacionados al rol de cuidado y protección), así como en las aspiraciones de crecimiento sobre su negocio; ya que una alta perspectiva de crecimiento significa de forma inevitable, una alta demanda de trabajo y tiempo, lo cual termina por ser incompatible con las exigentes responsabilidades familiares que atender, esta realidad es la que disuade a un importante número de mujeres alrededor del mundo de concebir a su negocio con escalabilidad internacional.

Por otro lado, los resultados de las entrevistas denotaron que la razón principal de la baja presencia exportadora en el Ecuador se debe a un tema cultural más que a uno de género. La aspiración más alta de crecimiento de los emprendimientos se orienta al mercado local y como mucho, al nacional. Existen varias razones que explican este comportamiento, la primera se atribuye al origen del emprendimiento, ya que la mayoría están orientados a ser tipo Pymes, nacen por la falta de trabajo, es decir, por necesidad, tienen poco nivel de innovación y crecimiento, lo cual se refleja en su poca perspectiva de escalamiento y expansión; en contraste con las *startups*, la minoría, que surgen en respuesta de una oportunidad en el mercado, tienen altos niveles de innovación y crecimiento, por tanto, sí apuntan a segmentos internacionales. La segunda razón se debe al ecosistema poco favorable para exportar, ya que si bien existen esfuerzos por parte de organismos gubernamentales como Proecuador que brinda asesoría gratuita,

resultan insuficientes en la ponderación con la poca competitividad del mercado dada por los costos elevados por la moneda (USD), barreras regulatorias y culturales, bajo acceso al conocimiento técnico de comercio exterior, prospectiva de mercados, certificaciones, alta burocracia, corrupción, baja protección de propiedad intelectual, entre otros factores que dificultan la exportación. Es importante mencionar que estas variables tendrán mayor o menor influencia en función de la industria incursionada. Por ejemplo, resaltan que existe poco conocimiento y preparación respecto a la exportación de servicios, mencionan que las oficinas comerciales no se encuentran preparadas para su promoción adecuada en las ferias internacionales, pese a que los servicios tienen la ventaja de incurrir en menos gastos de exportación y presentan oportunidades importantes de comercialización a nivel internacional. La tercera razón se debe a la necesidad de sentirse en control de su negocio, y consideran adecuado (por prudencia o miedo) primero hacer una validación local y nacional para posteriormente incursionar en el mercado internacional. No obstante, los expertos advierten que a pesar de que el emprendimiento sea líder en el mercado ecuatoriano, no es garantía de que pueda serlo en otros mercados, debido a la poca competitividad que representa en contraste con los demás. Por otro lado, también indicaron que se presentan oportunidades para aquellos negocios orientados a la exportación de productos agrícolas, de la Amazonía y de los Andes, ya que son tendencia en mercados internacionales. Y la cuarta razón, es porque el ecosistema del emprendimiento aún es débil en el país, se sugiere que falta más trabajo para fortalecer el sector y en consecuencia, a los emprendedores y emprendedoras, así como a sus expectativas de crecimiento.

Por último, las entrevistas también expusieron la necesidad de tener a disposición mayor capital de crecimiento, que no provenga de parte de las fuentes de financiamiento tradicional, sino de otros mecanismos más flexibles, ya que se

considera a este como el principal incentivo para lograr la escalabilidad de los emprendimientos, y aún más de las mujeres, capital semilla bajo reglas internacionales competitivas; e incluso iniciativas públicas, privadas o civiles que destinen su inversión de forma específica en negocios de mujeres o en otros grupos poblacionales en posición de desigualdad. En ese mismo sentido, resaltaron la importancia de la generación de una comunidad de mujeres empresarias y emprendedoras que favorezcan el acceso educativo relativo al conocimiento técnico, de mercado, de financiamiento, de tecnologías, tendencias, y demás temáticas esenciales; a la vez que impulsan el *networking* con la finalidad de obtener y concretar oportunidades de negocio entre ellas.

Al respecto, el informe de CEPAL “Género y emprendimiento exportador” menciona que las barreras que atraviesan las empresarias exportadoras son por un lado las mismas de sus contrapartes masculinas y por otro lado adicionales que se presentan por su condición de género, tales como estereotipos. Entre las más importantes se puede encontrar a barreras regulatorias, culturales, de acceso al capital e información del mercado, así como de asignación de roles y responsabilidades familiares por parte de la sociedad (Centro de Comercio Internacional, 2015).

Tabla 4

Obstáculos al emprendimiento exportador de las mujeres en Chile, Ecuador, El Salvador, Nicaragua y Perú en 2005 y 2015

Obstáculos en los negocios	Obstáculos por roles de género
Falta de respaldo legal	Mentalidad machista de compradores
Acceso a la información	Barreras a mujeres en cargos gerenciales
Acceso al financiamiento	Estereotipos culturales
Barreras regulatorias	Roles de género y uso del tiempo
Derechos de propiedad	Desigualdad y discriminación
Calificación de riesgo	Falta de reconocimiento
Acceso al empleo y brecha salarial	Necesidad de validarse y legitimarse

Nota. Adaptado del Centro para el Desarrollo de Capital Humano y CEPAL por Frohmann, Mulder, Olmos y Urmeneta (2016).

Ante esta realidad, se ha propuesto algunas iniciativas que promueven la negociación con mujeres exportadoras, entre las cuales resaltan dos plataformas tecnológicas internacionales, la primera es *SheTrades* por parte del Centro de Comercio Internacional (ITC), la cual permite conectar a compradores y verificadores de empresas con vendedoras en el mercado global, con el fin de adherirlas a sus cadenas de suministro. Nace con el objetivo de fomentar el empoderamiento económico de las mujeres en el marco de los ODS, vinculando al sector público, privado y social; tiene como meta incorporar a tres millones de empresarias con el mercado global. Entre sus beneficios se encuentran: la promoción de los bienes o servicios que ofrece la empresa, la búsqueda de nuevas oportunidades de asociación con empresas afines, así como con otras mujeres empresarias, la ampliación de red de contactos y el acceso a recursos educativos a través de los eventos y seminarios web organizados por la plataforma y sus socios (SheTrades, 2022). La segunda

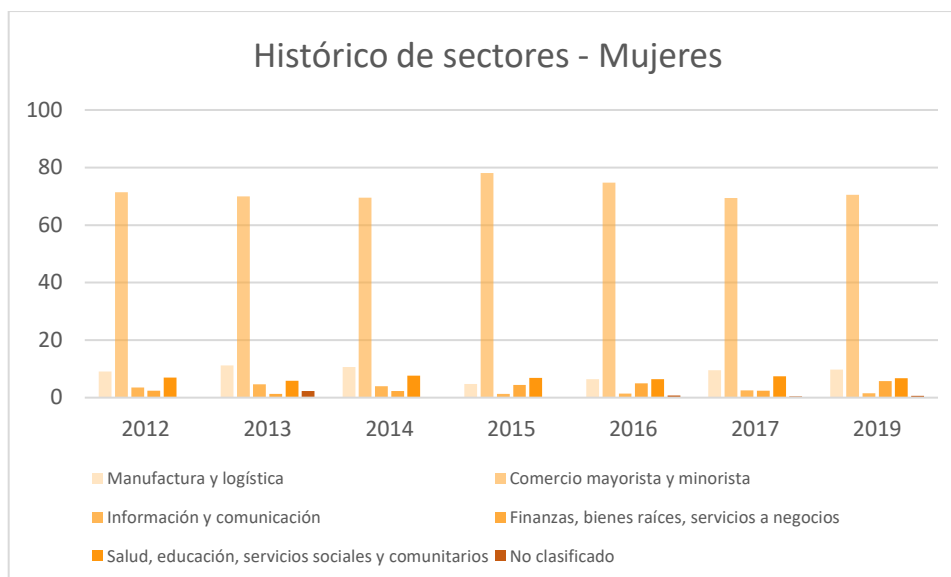
plataforma corresponde a *WEConnect International*, surge en Estados Unidos y conecta a mujeres dueñas de sus negocios con compradores cualificados alrededor del mundo, además, otorga a las empresarias la certificación *Women's Business Enterprises* (WBEs), a fin de prepararlas para encontrar y negociar con organizaciones comprometidas con la diversidad e inclusión en sus cadenas de suministro; y por último, brinda educación tanto a las empresarias sobre cómo acceder a nuevos mercados y expandir sus compañías, como a los compradores sobre cómo identificar y encontrar a las mujeres exportadoras que cumplan con estándares de calidad para incorporarlas como proveedoras en sus cadenas de valor. (WEConnect International, 2022). Al igual que *SheTrades*, está auspiciada por organismos internacionales y empresas multinacionales.

Estas plataformas representan oportunidades importantes para las mujeres que quieran conectar sus bienes o servicios con clientes internacionales, ya que existen múltiples beneficios que se les brinda adicionalmente en términos educativos y de conexiones. Además, cobran más relevancia en un contexto de auge de la tecnología y la adaptación del manejo de plataformas virtuales gracias a la pandemia.

Sectores

Figura 9

Sectores históricos incursionados por las emprendedoras



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

En la figura 9, se puede apreciar que, de forma histórica y sostenida, el sector en el que más incursionan las emprendedoras ecuatorianas con un rango de participación entre el 69 % y el 78 %, es en el del comercio mayorista y minorista, es decir, venden sus bienes y servicios tanto al por mayor como al por menor o a detalle. El segundo sector en el que más presencia tienen, pese a que es comparativamente menor, es el de manufactura y logística, seguida en tercer lugar por la salud, educación, servicios sociales y comunitarios. Por otro lado, aquellos sectores en el que menor presencia tienen las mujeres con menos del 2,5 % de participación, corresponden al de finanzas, bienes raíces y servicios a negocios, sumado al de información y comunicación.

En contraste, en la figura 10 se puede observar el comportamiento de sus pares masculinos. Se evidencia que durante los años de sus actividades económicas de forma similar se han dirigido al sector del comercio mayorista y minorista, con un rango de participación entre el 53 % y 71 %, un porcentaje menor al de las mujeres; seguido por el sector de manufactura y logística y en tercer lugar por la agricultura,

actividades extractivas y de construcción. En cuanto a los sectores que menos participación tienen están el de información y comunicación, así como el de finanzas, bienes raíces y servicios a negocios, con un porcentaje no mayor al 7 %, pero que sigue siendo mayor al de sus pares femeninas.

Figura 10

Sectores históricos incursionados por los emprendedores



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

En tal sentido, se puede concluir que en la generalidad el sector mayoritario en el que se desarrollan las actividades económicas por parte de los emprendedores en el país es el comercio mayorista y minorista, con mayor participación por parte las mujeres, esta industria se caracteriza por tener pequeños negocios y márgenes bajos de ganancia; mientras que el sector en el que menos actividad emprendedora se registra es en el de información y comunicación, pero en el que existe mayor presencia por parte de los hombres; en contraste, esta industria es de rápido crecimiento, caracterizada por ser altamente atractiva para inversionistas y además, tener un retorno por inversión elevado.

Figura 11

Sectores incursionados por parte del emprendimiento ecuatoriano en 2019



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

De forma específica, para el año 2019 el 70,50 % de las mujeres se desarrolló en el sector predominante, en comparativa con el 58,70 % de sus pares masculinos, denotando una diferencia de 11,8 puntos porcentuales. Al contrario, el comportamiento del sector con menor participación está liderado por los hombres con el 3,20 % en contraste con el 1,50 % de las mujeres, una diferencia de más de la mitad.

Asimismo, el Women GEM (2021) señala que la mayoría de la actividad emprendedora temprana a nivel global se encuentra en el sector del comercio mayorista y minorista con el 51,3 % de participación femenina, frente al 43,4 % masculina. Además, muestra la asimetría de representatividad en el sector de tecnologías de la información y la comunicación (*ICT*), en el cual las mujeres tienen menor presencia; este sector cobra especial relevancia debido a su atractivo de inversión, razón por la cual la mayor cantidad de capital y financiamiento se dirige

directamente en esta industria. Por tanto, al tener menor participación de mujeres, menores beneficios de inversión reciben.

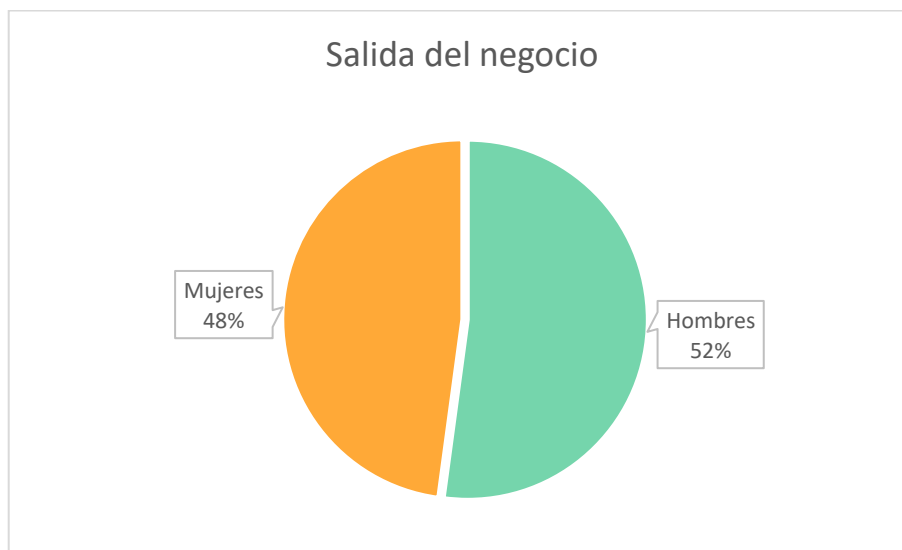
Al mismo tiempo, el sector al que se dirigen los nuevos negocios es de los datos más importantes ya que explica patrones de género en las salidas de emprendimientos. En esa línea, los datos expuestos con anterioridad cobran especial relevancia debido a las secuelas de la pandemia desde la perspectiva económica. Dentro de las industrias en las que se registra mayores cierres de negocio se encuentra como uno de los más afectados el del comercio mayorista y minorista, precisamente aquel en el que mayor participación tienen las mujeres, es decir, que se cerraron más negocios liderados por mujeres. En contraste, el sector menos afectado fue el de *ITC*, el cual es liderado por sus pares masculinos.

Los resultados de las entrevistas ratifican que la presencia de mujeres en sectores de tecnología es ínfima, de hecho, el *Radar Tech Startup 13.0* expone que de 278 *startups* que existen en el Ecuador, únicamente 38 tienen en sus equipos fundadores al menos una mujer, lo cual representa el 13,66 %; si el análisis se profundiza a determinar la cantidad de *startups* con fundadoras exclusivamente mujeres, el dato probablemente es aún menor (BuenTrip Hub, 2021). Al respecto, los expertos coincidieron en la importancia de abrir nuevas líneas de investigación sobre las causas de este particular, por un lado, se señala que se debe a la poca participación de las mujeres en ciencias duras o exactas durante la universidad como la física, informática, química, electrónica, matemáticas, biotecnología, etc., por otro lado, también se sugiere que el origen está en etapas aún más tempranas, como es el caso de la secundaria. Sea cual fuere la razón, sin duda tiene un efecto en la cantidad desproporcionada de mujeres involucradas en equipos fundadores de modelos de negocio vinculados con la tecnología, los cuales cobran especial relevancia al ser los más financiados por inversionistas.

Salida del negocio

Figura 12

Cierre o salida del negocio de emprendedores en el 2019



Nota. Datos proporcionados por el GEM del Ecuador aplicado por la ESPAE (2019).

Por último, en el gráfico 12 se observa la proporción de salida de negocio. Los datos reflejan que para el 2019 el 6,1 % de hombres decidieron abandonar su emprendimiento frente al 5,6 % de mujeres, lo cual representa una proporción de 52 % para hombres y 48 % para mujeres, es decir, que estas son menos propensas a cerrar sus negocios, a pesar de que se perciben a sí mismas con menos habilidades para los negocios y requieren de menor capital de inversión inicial; lo anterior denota su resiliencia y motivación. Ambos grupos poblacionales coinciden en las razones de cierre: por un lado, señalan que el negocio no resultó rentable y por otro lado, lo atribuyen a razones personales.

Al mismo tiempo, los datos históricos del GEM a nivel global han revelado que la razón más común para cerrar un negocio corresponde a la falta de ganancias (*lack of profitability*), y en la generalidad, las mujeres registraban cifras menores de cierre a comparativa de sus pares masculinos.

Pandemia

En el contexto de la emergencia sanitaria, el motivo más importante que causó la salida de negocios fue precisamente la pandemia. Si bien las afectaciones se generaron en todas las personas del mundo indistintamente del género, en Latinoamérica y el Caribe se reportaron los índices más altos de cierre de negocios, mayor que cualquier otro grupo poblacional del mundo. De manera específica, las mujeres de esta región fueron las más afectadas, con el 57,5 % en comparativa con los hombres con el 48,4 %. Además, Latinoamérica registra desde años anteriores de manera sostenida, la tasa más alta de cierre de negocios a nivel mundial, de forma paradójica, pese a ser a la vez, la que mantiene el nivel más alto de TEA. Finalmente, a nivel global se registra el 20 % más de cierre de negocios de emprendedoras que de emprendedores en el contexto de pandemia. Es importante recordar que dentro de las industrias más golpeadas por la pandemia se encuentran las del comercio mayorista y minorista, aquellas que tienen mayor presencia por parte de mujeres.

De forma adicional, los expertos señalaron que en la generalidad para aquellos negocios que tenían costos fijos altos como aquellos relacionados con la alimentación, la pandemia impactó de forma negativa, ya que pese a adaptaciones como el *delivery*, no eran suficientes para cubrir los gastos sostenidos; por lo cual los efectos inminentes fueron el cierre de muchos negocios, varios de ellos que representaban el medio de subsistencia de varios hogares ecuatorianos. Añaden que para las mujeres emprendedoras fue especialmente difícil debido a la mezcla de espacios profesionales y personales que atravesaron gracias al aislamiento. Por una parte, el cierre de las instituciones educativas para sus hijos y por otra parte, la modalidad del teletrabajo, en su conjunto producían que su atención se dispersara hacia varios frentes de manera simultánea; por tanto, enfrentaron mayores dificultades en el ejercicio de sus actividades económicas. Se espera que estas

desigualdades sistémicas hacia las mujeres se mantengan en el contexto de nueva normalidad, pero que a la vez, se puedan minimizar con las bondades que conlleva la virtualidad.

Es así, que el contexto de la pandemia también representó oportunidades para otro tipo de emprendimientos y se espera que el panorama también sea favorecedor debido al crecimiento del comercio electrónico y la era digital, los cuales representan facilidades para hacer negocios a la distancia, un mayor financiamiento en la región, así como la flexibilidad laboral con el teletrabajo. Señales que evidencian un entorno que propicia el emprendimiento de nuevos negocios en el país. Algunas oportunidades de negocio adicionales se presentan a raíz de las nuevas formas de consumo, destacan las tendencias por la alimentación saludable, productos orgánicos y naturales, la sostenibilidad como eje transversal de las cadenas productivas, así como el comercio justo, consideraciones importantes actuales para los consumidores al momento de realizar sus compras, y por tanto, diferenciadores claves para los vendedores.

Contrastación de Hipótesis

La hipótesis planteada fue: *“Los emprendimientos ecuatorianos que exportan sus bienes o servicios son liderados en menor proporción por mujeres que por hombres”*. Según los datos cuantitativos obtenidos por parte del GEM Ecuador para el 2019 el 2,01 % de las mujeres emprendedoras exportaban, en contraste con el 4,87 % de hombres, datos representados en las figuras 7 y 8; los datos cualitativos recopilados en las entrevistas explican este comportamiento.

En conclusión, se comprueba la veracidad de la hipótesis propuesta.

Capítulo V. Propuesta

Introducción

A partir de toda la revisión documental, el procesamiento de datos primarios y secundarios, así como el análisis de contenido de fuentes secundarias, el siguiente apartado tiene como finalidad la generación de material de valor que surge ante la identificación de problemáticas encontradas que no han sido ni visibilizadas ni atendidas adecuadamente, por lo que se busca generar soluciones en calidad de propuestas.

Propuesta

En línea con la revisión de estudios e iniciativas de cooperación internacional, así como con la información obtenida en el procesamiento de datos, se sugieren las siguientes aristas para fortalecer el ecosistema del emprendimiento exportador con enfoque transversal de género:

- Levantamiento de estadísticas y bases de datos actualizadas sobre el emprendimiento en el Ecuador (considerando que las más recientes corresponden al 2019).
- Destinación de capital semilla para financiar emprendimientos de mujeres y otros grupos poblacionales en condiciones de desigualdad, que se encuentren en el *missing middle*.
- La promoción de emprendimientos exportadores o *startups* lideradas por mujeres o cuyos equipos fundadores tengan al menos a una mujer.
- Adecuación de las oficinas comerciales para la promoción de servicios.
- Generación de una política económica y comercial con perspectiva de género para aumentar la participación de las mujeres en el comercio internacional.

- El tratamiento de las barreras de internacionalización que limitan la participación de las mujeres en el comercio exterior.
- Incorporación de las empresarias y emprendedoras en cadenas de valor y en el mercado de la contratación pública.
- Creación de redes y comunidades de mujeres empresarias y líderes de negocios o emprendimientos que favorezcan la negociación entre ellas.
- Implementar otras políticas complementarias para crear sinergia con el sector público, privado, educativo y social con perspectiva de género (Heidrich & Ortiz, 2013).

Según los datos proporcionados por la CEPAL, en varios países de América Latina y el Caribe como en Argentina, Chile, El Salvador, Perú y Uruguay, se ha creado unidades o departamentos específicos de género, los cuales incluyen dentro de sus agendas de trabajo iniciativas dirigidas a la promoción exportadora de negocios liderados por mujeres. Además, incluyen en la agenda comercial el tratamiento de las cadenas de valor exportadoras con perspectiva de género. De esta manera, se fomenta desde el frente público la participación de mujeres en la comercialización internacional de sus bienes o servicios (Frohmann, 2018). A estas actividades, se pueden adicionar iniciativas de acción afirmativa, cuotas de participación, financiamiento de proyectos específicos, reconocimientos, difusión de buenas prácticas, protocolos de negociación, entre otras propuestas que faciliten el entorno para el emprendimiento y la exportación para las mujeres ecuatorianas.

Desde el frente privado y civil, se puede fomentar actividades de encuentro entre mujeres emblemáticas del sector empresarial y de emprendimiento, por lo cual se propone la siguiente agenda de temas a tratar en un próximo foro, congreso, *webinar*, conferencia, etc.:

Tabla 5

Temas para la agenda de un evento sobre el emprendimiento exportador de mujeres

Emprendimiento	Asuntos de género
Fuentes de financiamiento e inversión	Creación de redes de mujeres
Estudios de mercado y tendencias	Empoderamiento económico
Innovación y tecnología	Mujeres en la industria tecnológica
Exportación de servicios	Negociando con inversionistas hombres
Comercio electrónico	Casos de éxito a nivel nacional e internacional de mujeres
Emprendimiento social	Crecimiento personal y profesional
Emprendimiento informal	

Nota. Temas definidos a partir de la recopilación de datos primarios y secundarios en la investigación.

Futuras Líneas de Investigación

La etapa del procesamiento de datos expuso la importancia de generar nuevas investigaciones sobre temas poco explorados, pero con alta relevancia e impacto en la sociedad. Entre ellas se puede destacar tres grandes líneas:

- Ínfima representatividad de mujeres en la tecnología

El abordaje hacia este tema fue de los más mencionados en las entrevistas y la data demuestra que el porcentaje de emprendimientos o startups que tengan al menos una mujer en sus equipos fundadores es muy bajo, tanto a nivel nacional como a nivel regional e internacional. Esta situación tiene especial relevancia ya que presenta repercusiones en términos de perspectiva de crecimiento, levantamiento de capital, y estereotipos de género en inversiones. La información obtenida sugiere adentrarse en el estudio de las causas de esta realidad, antes incluso de

emprendimientos, negocios o estudios universitarios ligados a las ramas de las ciencias duras o exactas durante la universidad, sino más bien analizar en detalle lo que sucede en la etapa colegial, cuando las mujeres adolescentes están teniendo sus primeros acercamientos con estas disciplinas, ¿cuáles son los desincentivos para estudiarlas? ¿qué rol juegan los docentes y el sistema educativo? ¿qué estereotipos sociales están influyendo? Estas y más interrogantes merecen ser respondidas ya que es el punto de partida en el cual se pierden potenciales fundadoras de *startups* y emprendimientos de tecnología.

- Emprendimiento social

Al respecto de este tema, las entrevistas señalaron que el emprendimiento social es un sector más amigable con las mujeres, ya que se tienen importantes referentes femeninos a la cabeza de iniciativas que tienen como finalidad principal generar impactos positivos en comunidades en situación de vulnerabilidad. Valdría la pena entonces profundizar en su análisis, considerando además, el surgimiento de *startups* enfocadas a resolver problemáticas sociales, que reciben montos muy altos de financiamiento, destaca el caso de Betterfly, el primer unicornio social en América Latina, que ha levantado capital por más de USD 200 millones, y está valorado actualmente en USD 1 billón (Maggiore & Eduardo, 2022). Además, es importante tener en cuenta las nuevas tendencias de consumo, que apuestan por modelos de negocio cuyas cadenas productivas tengan como eje transversal la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental, conductas percibidas como deseables en los productos y servicios adquiridos por los clientes y diferenciadores de la competencia.

- Emprendimiento informal

Este tema es especialmente relevante debido a la escasa información que se tiene al respecto, pero representa una oportunidad para estudiar el comportamiento de aquellos negocios en pequeña escala, informales, que no tributan pero que

existen y han aumentado sobre todo en un entorno de desempleo y pandemia.

Además, que pueden evidenciar aristas importantes de desigualdad para las mujeres, que solo pueden ser atendidas a través de información veraz y actualizada.

Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- La mayor parte de los emprendimientos ecuatorianos surgen por la necesidad ante la escasez laboral, en lugar de una identificación de oportunidades en el mercado o por hacer la diferencia en sus sectores. Esta realidad se agudiza para las mujeres, lo cual alude a pensar que existe mayor desempleo para este grupo poblacional en contraste con sus pares masculinos.
- La cantidad de emprendimientos ecuatorianos que exportan es muy baja, y aún más para aquellos liderados por mujeres (el 2,01 % en contraste con el 4,87 % de sus pares masculinos). Se destaca que la explicación radica en un tema cultural más que en uno de género, resaltan las bajas aspiraciones de crecimiento, tendencia a escoger segmentos locales por la naturaleza de su concepción (mayoritariamente por necesidad que por oportunidad), ecosistemas de emprendimiento y exportación débiles, necesidad de hacer validaciones previas en el mercado local, y la baja disposición de capital representan algunos elementos que dificultan la exportación.
- Los desafíos que afrontan las mujeres ecuatorianas en puestos de liderazgo en el área del emprendimiento están necesariamente relacionados a estereotipos de género y preconcepciones sociales; pero además, tienen que hacer frente a las dificultades que la actividad de emprender en el país representa en sí misma. Por tanto, deben hacer un esfuerzo mayor que sus pares masculinos para iniciar su negocio, hacerlo sostenible y escalable en el tiempo.
- Existen diferencias entre hombres y mujeres en el ámbito del emprendimiento ecuatoriano en cuanto al segmento de mercado y sector seleccionado, elementos culturales, percepciones sobre sí mismos, edad para iniciar un

negocio, motivación e inversión inicial; en todas estas variables se observa un comportamiento más afable para los hombres que para sus pares femeninas; por lo tanto, se constata la existencia de una brecha de género en este sector.

- La sociedad ecuatoriana concibe al emprendimiento como una actividad en pequeña escala, con pocos rendimientos económicos y muy riesgosa, creencias que inhiben la decisión de emprender. Para las mujeres, existen cuestionamientos adicionales asociados a la conciliación familiar con la laboral, sesgos sobre la edad y su etapa reproductiva, presuponiendo que estos factores influyen en su rendimiento. Esta percepción externa influye sobre la interna, produciendo que tanto emprendedores como emprendedoras refuercen sus inseguridades y carencias al querer iniciar un negocio.
- Existe una gran influencia de elementos culturales y estereotipos de género sobre las mujeres en cómo la sociedad (familia, amigos, conocidos, inversionistas) las perciben; así como, en la manera en la que ellas se conciben a sí mismas y sus habilidades (las consideran inferiores a las de sus pares masculinos) al iniciar un negocio y hacerlo sostenible en el tiempo.
- La existencia de estereotipos de género en las dinámicas del emprendimiento en el Ecuador es una realidad percatada tanto por las mujeres como por los hombres del sector; es decir, que esta problemática es visible para los actores del entorno.
- Tanto en el marco teórico como en el procesamiento de datos se validó que existen características intrínsecas de la persona emprendedora, que no tienen una diferenciación de género sino más bien responde a la actividad en sí misma. Entre ellas resaltan: el liderazgo, creatividad, proactividad, coordinación, organización, innovación, asunción al riesgo, visualización de oportunidades del mercado, solución a problemas, visión de hacer un cambio

en la sociedad, planificación e implementación de estrategias y gestión de equipos.

- La edad de las mujeres emprendedoras ecuatorianas está comprendida entre los 35 y 44 años en su mayoría, seguidas del rango entre 25 y 34 años, en comparativa con sus contrapartes masculinos que muestran un comportamiento inverso.
- El sector de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), es al que se dirige la mayor cantidad de capital y financiamiento (por su perspectiva de rápido crecimiento). Se evidencia una baja participación de mujeres en esta industria, lo cual produce que a su vez, reciban menores beneficios de inversión.
- De forma histórica, la mayor cantidad de emprendimientos se registran en el sector del comercio mayorista y minorista, con un notable liderazgo por parte de las mujeres. Esta industria se caracteriza por tener pequeños negocios, márgenes bajos de ganancia y poco nivel de innovación.
- Para obtener mayor efectividad y mejor toma de decisiones, la alternativa más idónea es tener grupos diversos en cuanto a género, raza, etnia, condición socioeconómica, geografía, orientación sexual, edad, etc. Se hace énfasis en que el primer paso está vinculado necesariamente a la incorporación equitativa de género dentro de los grupos fundadores de emprendimientos y *startups*.
- Las fuentes de financiamiento tradicionales como la banca y cooperativas son inexistentes o insuficientes, ya que no están preparadas para evaluar adecuadamente emprendimientos e invertir en ellos sin garantías excesivas y condiciones insostenibles, por lo cual son consideradas inviables.

- El mayor incentivo que se puede otorgar para la escalabilidad internacional de emprendimientos y sobre todo de mujeres, es a través del capital semilla, recursos económicos focalizados que provengan de nuevos mecanismos de financiamiento como fondos de inversión, inversionistas ángeles, que ofrezcan su dinero con condiciones competitivas en el mercado global.
- A nivel regional de Latinoamérica y el Caribe, como a nivel nacional, se encuentran las tasas más elevadas de TEA, pero a la vez, las tasas más elevadas de salida y cierre de negocios. Lo cual puede ser explicado en gran parte por la naturaleza que tienen la mayoría de los emprendimientos, el surgimiento ante la necesidad laboral, incursionar en sectores mayoristas y minoristas, escaso nivel de innovación, entre otras características que provocaron que sean los más golpeados durante la pandemia, sobre todo para las mujeres que tienen mayor presencia en estos sectores y menos en los de tecnología (afectados en menor medida).
- A pesar de las secuelas económicas producidas a raíz del confinamiento y el contexto de la emergencia sanitaria, también se presentan oportunidades importantes en torno a aprovechar la virtualidad, el comercio electrónico, la flexibilidad laboral, tendencias de sostenibilidad y alimentación saludable, venta de servicios de forma digital con potencial de exportación, etc.

Recomendaciones

- Se recomienda dismantelar estos patrones de género a partir de la concientización de su existencia, la identificación de espacios en los que se genera y la elección responsable de no repetirlos; además, apoyar activamente las iniciativas de negocios lideradas por las mujeres de nuestro entorno, si somos una de ellas, sobreponernos con resiliencia y firmeza a

estos patrones que influyen pero no condicionan nuestras capacidades en absoluto.

- Se recomienda a todas las organizaciones que al menos la mitad de sus equipos fundadores, directivos y estratégicos estén compuestos por mujeres, y apuesten por la diversidad no solo de género, sino también de edad, raza, etnia, condición socioeconómica, procedencia geográfica, orientación sexual, etc., ya que sin duda el trabajo en sinergia con un equipo tan variado favorecerá la toma de mejores decisiones.
- Se recomienda al sector público, privado y organizaciones no gubernamentales, generar fondos con el objetivo de brindar capital semilla a los emprendimientos, capaces de atender la demanda insatisfecha del *missing middle*, de la mano con la creación iniciativas de financiamiento con enfoque transversal de género en conjunto con la incorporación de más mujeres inversionistas al sector. De esta manera se propiciará un ecosistema financiero favorable (hasta ahora escaso o inexistente) para el emprendimiento ecuatoriano.
- Para el sector público se recomienda la creación de programas de exportación enfocados en emprendimientos, o la adecuación a los ya existentes para dar el tratamiento pertinente a estos modelos de negocios e incluso *startups*. Además, la preparación tanto de información como de planificación para la promoción de la venta de servicios en las oficinas comerciales correspondientes.
- Para el sector privado, organizaciones no gubernamentales y la academia, se recomienda en primer lugar la generación de conexiones y redes de apoyo al emprendimiento, en segundo lugar la elaboración de programas que favorezcan la generación de ideas de negocio a partir de la identificación de

oportunidades en el mercado, impulsando el uso de componentes tecnológicos y de innovación con un enfoque transversal de género; de tal manera que se fomente la creación de modelos de negocio sostenibles en el tiempo y escalables a nivel internacional.

- Se recomienda al sector público, privado y organizaciones no gubernamentales con el apoyo de la academia, la creación de programas de incubación y aceleramiento de emprendimientos y startups lideradas por mujeres, con el fin de generar oportunidades que fomenten estos modelos negocio así como su escalabilidad; de la mano de fondos y capital semilla destinados específicamente a estos proyectos.
- Para la sociedad civil interesada en el ámbito del emprendimiento y la innovación, se recomienda ser partícipe de todas las iniciativas que los diferentes actores del ecosistema ponen a disposición actualmente, así como la colaboración en espacios de creación a través de retroalimentación continua.
- De forma enfática para la academia y en apoyo con instituciones públicas y privadas del sector, se recomienda el levantamiento de información en el ámbito de la participación femenina en sectores de tecnología, a través del análisis de la cantidad de estudiantes universitarias que se encuentran cursando carreras de ciencias exactas, así como la intención de las adolescentes colegialas que están por dar el salto a la universidad y aquellas que tienen sus primeros acercamientos con estas disciplinas. Estas investigaciones permitirán conocer los nudos críticos en los que se pierde el interés por estas asignaturas por parte de las mujeres desde edades tempranas, con el fin de corregirlos a tiempo. Esto representaría en el futuro

mayores emprendedoras en la industria TIC, y mayores márgenes de inversión en sus modelos de negocio.

- En el contexto de pandemia, a todas las personas emprendedoras se recomienda aprovechar la democratización del acceso a la información que existe actualmente gracias al internet, considerando que la educación es el mejor camino hacia el desarrollo social y económico. Así mismo, en el contexto del comercio electrónico, emplear los medios digitales como canales de distribución y promoción de sus bienes o servicios, con una perspectiva de crecimiento y expansión, atender a segmentos de mercado más grandes que los locales, incursionar por aquellos nacionales e incluso los internacionales. Por último, crear sus propuestas de valor que atiendan las nuevas tendencias de consumo e incorporando en sus cadenas productivas ejes transversales de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social como lo es el tema del género.
- Por último, a todas las mujeres emprendedoras, empresarias, estudiantes, servidoras públicas, y demás participantes femeninas del sector, empezar a crear redes de apoyo y la generación de una comunidad que respalde las iniciativas de las próximas emprendedoras del país, con el objetivo de intercambiar información relevante a partir de su experiencia, compartir contactos y concretar negocios. De tal forma que el ecosistema de mujeres emprendedoras se fortalezca y sea capaz de ser el contrapeso que se necesita a los estereotipos sociales existentes, y a la vez se enmarca en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 5 -igualdad de género- y 8-trabajo decente y crecimiento económico-.

Referencias

- Albuja, J., & Herrera, G. (2018). *MANUAL PARA ELABORACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO DE CONCLUSIÓN DE CARRERA*. Sangolquí: Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio.
- Arévalo, M. I. (2021). Elaboración y gestión de políticas públicas. *Intentando un enfoque de género*. Loja, Ecuador: Disruptive Women Ecuador.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Episteme.
- Arregui, J. V. (1999). La construcción del sexo y el género. En *Pensamiento, imagen, identidad: a la búsqueda de la definición de género* (pág. 51). Málaga.
- Asamblea Nacional. (10 de agosto de 2021). *Asamblea Nacional de la República del Ecuador*. Obtenido de ASAMBLEA NACIONAL APRUEBA PROYECTO QUE FAVORECERÁ A LOS EMPRENDIMIENTOS JUVENILES:
<https://www.asambleanacional.gob.ec/es/noticia/73139-asamblea-nacional-aprueba-proyecto-que-favorecera-los>
- Bonan, C. (2003). Sexualidad, reproducción y reflexividad: En búsqueda de una modernidad distinta. *Sexualidades y sociedades contemporáneas*.
- BuenTrip Hub. (16 de diciembre de 2021). *Radar Tech Startup 13.0*. Obtenido de <https://www.buentriphub.com/startups-ecuatorianas>
- Cantillón, R. (19 de mayo de 1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: Fondo de Cultura Económica.
 doi:<https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609>
- Cañete, I. (25 de abril de 2018). *BBVA*. Obtenido de What is a startup:
<https://www.bbva.com/en/what-is-start-up/>
- Carmen, C., Héctor, V., & Azimut, G. d. (2011). LOS EMPRENDEDORES EVOLUCIONAN EL CONCEPTO. *UNICATÓLICA*. Obtenido de

<http://files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es/200000012-8e0ad8f050/1%20Evoluci%C3%B3n%20conceptual%20del%20emprendimiento.pdf>

- Cavazos, J., & Giuliani, A. C. (2017). *ESCALABILIDAD: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y RETOS DESDE EL EMPRENDIMIENTO COMERCIAL Y SOCIAL*. Buenos Aires, Argentina: Cuadernos del CIMBAGE.
- Centro de Comercio Internacional. (2015). *International Trade Center*. Obtenido de Gender Equity Guidelines:
<http://www.tisibenchmarking.org/WorkArea/DownloadAsset.aspx?id=4939212422>
- CEPAL. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. San Salvador: Cooperación Técnica Alemana.
- Chávez, V., Fernández, N., Jaramillo, J., López, J., Mideros, A., Peña, C., . . . Uzcategui, M. &. (2020). *¿Cómo esta el desarrollo en Ecuador?, perspectivas desde el Plan de Desarrollo y Agenda 2030*. Quito, Ecuador.
- CREO, PSC. (2021). *PLAN DE TRABAJO 2021-2025*. Obtenido de <https://guillermolasso.ec/wp-content/uploads/2020/10/Plan-de-Gobierno-Lasso-Borrero-2021-2025-1.pdf>
- Díaz, M., & Jiménez, J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas . *Recursos y resultados de las pequeñas* , 42, 154-76.
- Escandón, D., & Arias, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellas. *Cuadernos*, 165-181.
- Fleury, S. (1999). Políticas Sociales y Ciudadanía. 189-215.

- Frohmann, A. (2018). *Género y emprendimiento exportador. Iniciativas de cooperación regional*. División de Comercio Internacional e Integración de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). .
- Fundación Chile. (2012). *(EM)PRENDE en Red*. Chile: Emprendimiento juvenil en alumnos de Corporación Municipal de Puerto Natales.
- Galecio, G., Castaño, A., & Basantes, D. (2019). Emprendimientos impulsados por mujeres ecuatorianas. *CIENCIAMATRIA, Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*. doi:DOI 10.35381/cm.v5i9.148
- Gámez, J. A. (2013). *Emprendimiento y creación de empresas: teoría, modelos y casos*. Bogotá D.C: Ediciones Unisalle. doi:978-958-8572-95-6
- Gaskell, J. (1986). Conceptions of Skill and the Work of Women: Some Historical and Political Issues. *The Political of University*.
- GEM. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. Guayaquil: ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL. doi:1390-3047
- González, C., Murillo, G., & Osorio, F. (2016). *El emprendedor y el ejercicio del poder en el entorno institucional*. Dimensión Empresaria. doi:<https://doi.org/10.15665/rde.v14i2.586>
- Grinnell, R., & Yvonne, A. (2011). *Social Work Research and Evaluation: Foundations of Evidence-Based Practice* (Novena ed.). London: Oxford University Press.
- Guettel, C. (1974). Marxism and Feminism. *The Woman's Press*.
- Gunderson, M. (1976). Work Patterns. En *Opportunity for Choice*. Ottawa: Cook, Gail.
- Heidrich, P., & Ortiz, P. (2013). How to Integrate Gender Perspectives into Export Promotion and International Trade Policies Policy Brief. Obtenido de <http://www.nsi-ins.ca/publications/integrate-gender-perspectives-into-export-promotion-and-international-trade-policies/>

- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago, Chile: Naciones Unidas-CEPAL, División de asuntos de género.
- Hernández, C., Camarena, M., & Castanedo, B. (2009). *Para las mujeres no todo el poder pero sí todo el trabajo*. México: EÓN.
- Hidalgo, L. F. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Revista Alternativas UCSG*, 46-50. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599803#:~:text=La%20cultura%20del%20emprendimiento%20es,o%20reingenier%C3%ADas%20de%20procesos%20existentes>
- INEC. (2019). *Cuentas Satélite del Trabajo No Remunerado de los Hogares*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/cuenta-satelite-del-trabajo-no-remunerado/>
- Janesick, V. (1998). *Stretching exercises for qualitative researchers*. Thousand Oaks: SAGE.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento*. California: McGRAW-HILL.
- Ladge, J., Eddleston, K., & Sugiyama, K. (2019). Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth. *ELSEVIER*.
- Lamas, M. (2002). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría 'género'. En *Cuerpo: diferencia sexual y género*. México: Taurus.
- Lee, I. H., & Paik, Y. (2016). Does Gender Matter in the Export Performance of International New Ventures? Mediation Effects of Firm-specific and Country-specific Advantages. *Journal of International Management Fox School of Business*. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.intman.2016.05.004>

- Maggiora, & Eduardo. (01 de febrero de 2022). *betterfly*. Obtenido de https://gobetterfly.com/en/c-round/?utm_campaign=anuncio-c-series&utm_source=linkedin&utm_medium=paidsocial&utm_content=ecuador&hsa_acc=507965674&hsa_cam=623113193&hsa_grp=177294826&hsa_ad=163903476&hsa_net=linkedin&hsa_ver=3
- Mohanty, S. (2017). *Fundamental of the entrepreneurs*. PHI Learning Private Limite.
- Molina Brizuela, Y. (2010). TEORÍA DE GÉNERO. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 2-9. Obtenido de www.eumed.net/rev/cccss/10/
- OECD. (2008). *Organisation for Economic Co-operation and Development Annual Report*.
- OMS. (23 de agosto de 2018). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Género y salud: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/gender>
- ONU. (2015). *Organización de Naciones Unidas*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ortega, P., Torres, L., & Salguero, A. (2001). La Teoría de Género y el Enfoque Determinista. *PSYKHE*, 10, 129-134. doi:0717-0297
- Peiteado, M. (2016). *Sostenibilidad e Igualdad de género*. Santiago de Compostela.
- PNUD. (2015). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Real Academia Española. (2021). *RAE*. Obtenido de Emprender: <https://dle.rae.es/emprender#6Ssvgcg>
- Riordan, E. (2014). *El género no es binario y no deberíamos actuar como si lo fuera*. Obtenido de Blog Feministas en General:

:<https://feministasengeneral.wordpress.com/2013/09/12/el-genero-no-es-binario-y->

- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de literatura. *INNOVAR*(15), 73-89. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802606.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGRAW-HILL. doi:978-1-4562-2396-0
- Schultz, T. (1983). La inversión en capital humano. *Educación y Sociedad*, 181-195.
- Schwartz, J., & Arévalo-Carpenter, M. (19 de marzo de 2021). *Impact investing in Latin America and addressing the 'missing middle'*. Obtenido de World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2021/03/impact-investing-for-latin-america-s-great-reset-addressing-the-missing-middle/>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2018). *Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- SheTrades. (2022). *SheTrades - CCI*. Obtenido de Programa Mujer y Comercio: <https://www.shetrades.com/es>
- Sociedad Española de Excelencia Académica. (2020). *SEDEA*. Obtenido de <https://www.sede.es/evolucion-del-liderazgo/>
- UNED. (2010). *RESUMEN DEL MANUAL DE OSLO SOBRE INNOVACIÓN*. Madrid: Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación. Obtenido de http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/SERVICIOSGENERALES/O.T.R.I/DEDUCCIONES%20FISCALES%20POR%20INNOVACION/RESUMEN%20MANUAL%20DE%20OSLO/RESUMEN%20DEL%20MANUAL%20DE%20OSLO%20SOBRE%20INNOVACI%C3%93N4.PDF

Viteri, D. (agosto de 2021). Proyecto Integrador III. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

WEConnect International. (2022). Obtenido de <https://weconnectinternational.org/>

Women GEM. (2021). *Women's Entrepreneurship 2020/21. Thriving Through Crisis.*

London, UK: Global Entrepreneurship Research Association. doi:978-1-

9160178-8-7

