

# **ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EMPRESARIAL**

**JESSICA GABRIELA ESTRADA ARAUJO**

**gabriela.estrada06@hotmail.com**

**Director: Ing. Cristina Fernanda Acuña Bermeo, MSc.**

**cristina.acuña@epn.edu.ec**

## **APROBACIÓN DEL DIRECTOR**

Como directora del trabajo de titulación “CARACTERIZACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO” desarrollado por Jessica Gabriela Estrada Araujo, estudiante de Ingeniería Empresarial, habiendo supervisado la realización de este trabajo y realizado las correcciones correspondientes, doy por aprobada la redacción final del documento escrito para que prosiga con los trámites correspondientes a la sustentación de la Defensa oral.

---

**Ing. Cristina Fernanda Acuña Bermeo, MSc.**

**DIRECTOR**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Jessica Gabriela Estrada Araujo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Escuela Politécnica Nacional puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**Jessica Gabriela Estrada Araujo**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a mis padres, Nelly Araujo y Armando Estrada quienes fueron la base fundamental para lograr esta meta, son quienes siempre han estado conmigo en todo momento apoyándome y brindándome sus consejos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por todo su incondicional apoyo durante este proceso, también a mi tutora la Ing. Cristina Fernanda Acuña Bermeo, MSc., quien con paciencia me supo guiar para poder culminar esta etapa, igualmente un especial agradecimiento a todas las emprendedoras e instituciones quienes me brindaron su tiempo, conocimiento y experiencia las cuales fueron fundamentales para la presente investigación.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS .....	i
LISTA DE TABLAS .....	ii
LISTA DE ANEXOS .....	iii
RESUMEN.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2. OBJETIVO GENERAL.....	2
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
1.4. MARCO TEÓRICO.....	3
1.4.1. CONTEXTO HISTÓRICO DEL EMPRENDIMIENTO.....	3
1.4.2. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO.....	8
1.4.3. EMPRENDIMIENTO POR GÉNERO.....	10
1.4.3.1. EMPRENDIMIENTO FEMENINO.....	11
1.4.4. MOTIVACIONES, BARRERAS EN EL EMPRENDIMIENTO Y POTENCIAL EMPRENDEDOR.....	12
1.4.5. EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.....	18
<b>2. METODOLOGÍA.....</b>	<b>23</b>
2.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.3.1. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	25
2.3.2. MUESTRA.....	26
2.4. HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
2.4.1. ENCUESTA.....	27
2.4.2. ENTREVISTA.....	31
<b>3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>33</b>
3.1. RESULTADOS.....	33

3.1.1.ETAPA 1.....	33
3.1.2.ETAPA 2.....	67
3.2. DISCUSIONES.....	74
<b>4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>77</b>
4.1. CONCLUSIONES .....	77
4.2. RECOMENDACIONES.....	78
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>85</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo GEM del ciclo de vida del negocio y las características emprendedoras .....	19
Figura 2 – Evolución TEA Ecuador y países seleccionados .....	20
Figura 3 – Edad de las mujeres emprendedoras .....	34
Figura 4 – Estado civil de las mujeres emprendedoras.....	34
Figura 5 – Grado académico de las mujeres emprendedoras .....	35
Figura 6 – Nube de palabras profesiones.....	35
Figura 7 – Nivel de habilidades para identificar oportunidades de negocio.....	36
Figura 8 – Observación del entorno para la identificación de oportunidades de negocio .....	36
Figura 9 – Oportunidades de negocio identificadas a lo largo de la vida de las emprendedoras .....	37
Figura 10 – Proyección de las oportunidades de negocio .....	38
Figura 11 – Desarrollo de las oportunidades de negocio.....	38
Figura 12 – Importancia de dedicar tiempo para mejorar resultados de un proyecto/emprendimiento .....	39
Figura 13 – Resolución de problemas con soluciones originales.....	39
Figura 14 – Creatividad en la resolución de problemas .....	40
Figura 15 – Nivel de habilidades administrativas .....	40
Figura 16 – Asistencia a capacitaciones.....	41
Figura 17 – Número de capacitaciones asistidas.....	41
Figura 18 – Percepción de las capacitaciones .....	42
Figura 19 – Nivel de conocimiento de la existencia de organismos de apoyo al emprendimiento .....	43
Figura 20 – Nivel de habilidad para manejar una discusión o debate de las emprendedoras .....	43
Figura 21 – Nivel de comunicación de las emprendedoras .....	44
Figura 22 – Nivel de liderazgo de las emprendedoras .....	45



Figura 23 – Capacidad de adaptación ante nuevas situaciones .....	45
Figura 24 – Nivel de inversión de tiempo en un emprendimiento.....	46
Figura 25 – Capacidad de renunciar a la estabilidad económica por un emprendimiento .....	46
Figura 26 – Nivel de riesgo de inversión de capital propio .....	47
Figura 27 – Superación del desempeño propio .....	47
Figura 28 – Nivel de liderazgo al motivar a su equipo de trabajo.....	48
Figura 29 – Nivel de constancia para la mejoría o crecimiento de un emprendimiento .....	48
Figura 30 – Conocimiento de la existencia de entidades públicas en pro del emprendimiento .....	49
Figura 31 – Participación en concursos públicos .....	49
Figura 32 – Conocimiento de la existencia de entidades privadas en pro del emprendimiento .....	50
Figura 33 – Participación en concursos privados.....	50
Figura 34 – Escala de Likert potencial emprendedor .....	57
Figura 35 – Escala de Likert motivaciones para emprendedor .....	62
Figura 36 – Escala de Likert barreras para emprendedor .....	65
Figura 37 – Nube de palabras entrevistas.....	69

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 – Motivaciones y barreras en el emprendimiento .....	15
Tabla 2 –Potencial emprendedor .....	18
Tabla 3 –Tamaño muestral .....	26
Tabla 4 –Operacionalización de variables.....	28
Tabla 5 –Definición indicadores .....	29
Tabla 6 –Personas entrevistadas.....	31
Tabla 7 –Promedio potencial emprendedor .....	60
Tabla 8 –Promedio motivaciones para emprender .....	64
Tabla 9 –Promedio barreras para emprender.....	67
Tabla 10 –Características de las mujeres emprendedoras .....	71

## LISTA DE ANEXOS

<b>Anexo 1</b> – Encuesta.....	86
<b>Anexo 2</b> – Alfa de Cronbach.....	96

## RESUMEN

El actual trabajo tiene la intención de caracterizar a las Mujeres Emprendedoras del Distrito Metropolitano de Quito, basándose en tres aspectos fundamentales: el potencial emprendedor, las motivaciones para emprender y las barreras que se presentan al momento de emprender. Para ello, se utilizó el cuestionario de medición del potencial emprendedor de Cabana Vilca, el cual fue modificado y validado para que pudiera responder a los objetivos de esta investigación, así mismo, se realizó una entrevista basada en las preguntas de la misma encuesta.

Los resultados de la presente investigación tratan de explicar las características que describen al emprendimiento femenino, así como también los aspectos más relevantes que enfrenta una mujer al momento de crear su propio negocio. Un estudio de naturaleza mixta permitió contrastar la parte cuantitativa con la parte cualitativa y de esta manera profundizar en el trabajo de investigación. La parte final de este trabajo de investigación propone varias acciones que pueden tomar las mujeres al momento de emprender un negocio.

**Palabras clave:** mujer, potencial emprendedor, motivaciones, barreras, diferencias

## ***ABSTRACT***

The current document intends to characterize the Women Entrepreneurs of the Distrito Metropolitano de Quito, based on three fundamental aspects: entrepreneurial potential, the motivations to undertake and the barriers that occur when undertaking. For this, we used the questionnaire that potential entrepreneur, whose author is Cabana Vilca was used, which was modified and validated so that it could respond to the objectives of this research, likewise, an interview was conducted based on the questions of the same survey.

The results of this study try to explain the characteristics that describe female entrepreneurship, as well as the most relevant aspects that a woman faces when creating her own business. A study of a mixed nature allowed us to contrast the quantitative part with the qualitative part and in this way deepen the research work. The final part of this research work proposes several actions that women can take when starting a business.

**Keywords:** woman, entrepreneurial potential, motivations, barriers, differences

# 1. INTRODUCCIÓN

El concepto emprendimiento, ha tenido gran repercusión en ámbitos económicos, legales y políticos de todos los países en general debido a que se le atribuye ser la razón para el crecimiento económico, sin embargo, no existe un acuerdo respecto a su definición, esta se ha ido construyendo de diferentes formas dependiendo del contexto donde se desarrolle (Alcaraz, 2017). De primer momento se consideró al emprendimiento como aquellas actividades que guardaban una relación directa con el riesgo y la incertidumbre, es decir, eran actividades que se realizaban sin conocer cuáles serían sus resultados (Bréchet & Schieb-bienfait, 2016). Más adelante, se constituyó como la habilidad de combinar creativamente los factores de producción (mano de obra, capital y suelo) obteniendo como resultado, nuevos productos o mejoras en los planes de producción (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017).

En el siglo XVIII, surge la escuela Schumpeteriana cuyo representante fue Joseph Alois Schumpeter, quien relacionó al emprendimiento con la capacidad transformadora que poseen los individuos. Cabe mencionar que estos individuos fueron tomados como personas fuera de lo común, que mediante el análisis de su entorno lograban convertir los procesos rutinarios de producción a unos más sencillos con mayores beneficios. Por otro lado, la escuela Austriaca consideraba que el emprendimiento se da en toda las actividades diarias que realizan las personas, es decir, desde cambiar la forma de limpiar una casa hasta mejorar el proceso de brindar un servicio (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017). Por ende, mientras la escuela Schumpeteriana afirmaba que el emprendimiento generaba una situación nueva a partir de una existente, la escuela Austriaca aseguraba que genera cambios dentro de una situación existente (*Schumpeter, 1935*).

Con el transcurso del tiempo el emprendimiento fue adoptando varias características nuevas, para por fin incorporarse como una actividad económica y social, ya que su objetivo es resolver o satisfacer los inconvenientes y necesidades que se presenten en la sociedad (Vicente et al., 2018). Dando lugar, a varios tipos emprendimientos entre los cuales destacan los denominados por necesidad u oportunidad y los tradicionales y no tradicionales, los emprendimientos por necesidad son los que surgen a partir de una necesidad propia del individuo, que puede ser económica, una meta profesional planteada o contribuir al bienestar de la comunidad, los que surgen por oportunidad se enfocan en utilizar las oportunidades que se presenten en el mercado, como necesidades insatisfechas

o nuevas, y los no tradicionales y tradicionales se refieren a aquellos que hacen o no uso de tecnología respectivamente (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016).

Es importante conocer que si bien en un inicio fue una actividad solo realizada por los hombres con el transcurso del tiempo las mujeres se fueron sumando, es por ello por lo que no existe mucha información de cómo se desarrollaron las mismas en este rol. El proceso de inserción de las mujeres a este tipo de actividades conllevó enfrentar varios obstáculos que incluso hasta el día de hoy siguen existiendo, algunos son, la violencia de género, la imposibilidad de acceder a una formación profesional adecuada, la discriminación, el difícil acceso a los beneficios financieros entre otros (Moriana, 2015). A pesar de ello las mujeres han demostrado tener excelentes habilidades comunicativas y administrativas que son necesarias para el progreso y crecimiento de los emprendimientos, motivadas en su crecimiento personal, por forjar un patrimonio propio, en alcanzar libertad económica y de decisión han resuelto crear sus negocios propios (Gutiérrez Huby & Amador Murguía, 2014).

### **1.1. Pregunta de investigación**

¿Cuáles son las características de las mujeres gestoras de emprendimientos en el Distrito Metropolitano de Quito?

### **1.2. Objetivo general**

Caracterizar a las mujeres emprendedoras del Distrito Metropolitano de Quito.

### **1.3. Objetivos específicos**

- Describir las principales motivaciones que las han incentivado a emprender.
- Describir los elementos demográficos y potencial emprendedor.
- Conocer las barreras que han tenido que enfrentar en el ámbito personal, administrativo y legal para poder emprender

## **1.4. Marco Teórico**

En el presente capítulo se relata el contexto histórico en el que se formó el emprendimiento, los tipos de emprendimientos existentes, datos estadísticos actualizados respecto a la creación de emprendimiento a nivel global y nacional, así como la situación actual del emprendimiento femenino.

### **1.4.1. Contexto histórico del emprendimiento**

El término emprendimiento probablemente es tan antiguo como el intercambio o trueque, pero no fue hasta la edad media donde ganó mucha importancia y varios autores empezaron a realizar estudios e investigaciones acerca de este (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017). En sus orígenes se relacionó con el vocablo francés “entrepreneur” el cual apareció a principios del siglo XVI, tomando como referencia a los navegantes que se dirigían con rumbo al nuevo mundo en espera de aventuras y nuevas oportunidades sin tener ninguna seguridad de lo que les esperaba es decir que asumían los riesgos intrínsecos de sus decisiones (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017). Cantillon fue uno de los pioneros en cambiar el sentido del término emprender en el siglo XVI, al dejar de referirse con este a las personas que compran un bien y lo venden posteriormente, sino más bien enfocándose en la voluntad o habilidad que tenían estos individuos para afrontar la incertidumbre y ser personas que asumen riesgos, siendo el motor del desarrollo económico de su nación (Bréchet & Schieb-bienfait, 2016).

Para el siglo XVII, se extendió el significado a quienes desarrollaban grandes obras de infraestructura, para el siglo XVIII finalmente se acepta formalmente como la acción de asumir riesgos en condiciones de incertidumbre como lo había planteado Cantillon (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017).

A mediados del siglo XVIII, basada en la teoría formulada por Adam Smith se inicia la Escuela Neoclásica que relaciona el emprendimiento con la economía (Baker & Welter, 2015). En el siglo XX con Alfred Marshall, economista británico, aparece formalmente la Escuela Neoclásica, donde el emprendimiento se considera como la actividad de organizar creativamente los factores de producción (mano de obra, capital y suelo) teniendo como resultado nuevos productos o mejores planes de producción, es así que se define a los emprendedores como aquellas personas que tienen características similares entre sí cuyo éxito depende del entorno donde lleven a cabo sus ideas (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017).

Frank Knight (1904), exponente norteamericano de la ortodoxia clásica, en su obra *Riesgo, Incertidumbre y Beneficio* se enfocó en analizar los aportes de la teoría neoclásica para conocer las implicaciones de esta en la retribución empresarial que en ese momento



se encontraba en auge, por lo que se enfocó en la diferencia entre riesgo e incertidumbre tomando al riesgo como aquella aleatoriedad con probabilidades conocidas y la incertidumbre con probabilidades desconocidas (Bréchet & Schieb-bienfait, 2016).

Joseph Alois Schumpeter (1911-1952), concibió el concepto “destrucción creativa” para hacer referencia a la capacidad transformadora del emprendedor, tomando a este como un individuo fuera de lo común que fomenta innovaciones y es capaz de transformar ideas en nuevas empresas, posicionándose como el eje del sistema que permite que la sociedad crezca y se desarrolle. Desde la perspectiva de Schumpeter la responsabilidad de los emprendedores es cambiar la forma de producción, sustituyendo las actividades rutinarias por actividades nuevas que estén acorde a los cambios del mercado (*Schumpeter*, 1935). Schumpeter afirma que el proceso de emprendimiento es un hito en la historia empresarial, industrial y en la sociedad, al haber tenido un gran impacto en la economía, política y aspectos sociales de los países capitalistas, considerando que la innovación empresarial es la fuente de crecimiento para los mismos (Jones & Wadhvani, 2009).

La Escuela Schumpeteriana afirma que el equilibrio es un obstáculo para el emprendedor, debido a que con el objetivo de incrementar las ganancias este estará incentivado a realizar cambios para cubrir todo el mercado y una vez los cambios se han difundido el proceso de innovación empezará de nuevo (Emilia Castiblanco Moreno, 2013). De este modo los emprendedores dejan de ser solamente personas que toman riesgo y pasan a ser personas que crean e innovan productos y servicios (Herrera Guerra, 2012).

Ludwig Von Mises representante de la Escuela Austriaca, considera que el emprendimiento está inmerso en cada una de las actividades humanas, afirma que en todas las decisiones las personas enfrentan la incertidumbre del porvenir, y esta se reduce progresivamente gracias al conocimiento que se genera por el seguimiento a los eventos fortuitos que se producen en el ecosistema (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017). En oposición a Schumpeter, la Escuela Austriaca considera que el emprendedor es aquel que nivela la oferta y demanda de un producto obteniendo ganancias y satisfaciendo las necesidades del mercado, después de haber enfrentado un entorno lleno de incertidumbres. Por lo tanto, la Escuela Austriaca se caracteriza porque el emprendedor busca conseguir el equilibrio de la organización (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017).

Por otro lado, Mises identificó tres particularidades para que una persona sea considerada un emprendedor, primero es aquel individuo que se encarga de realizar el cálculo de los beneficios y costos, y parte de ellos para tomar las decisiones pertinentes, la segunda se refiere a la forma de combinar los factores de producción para crear nuevos productos y

servicios y la tercera hace mención del manejo de la incertidumbre y el desconocimiento de las acciones a tomar de la competencia (Herrera Guerra, 2012).

Kizner (1973) que también pertenece a la Escuela Austriaca, afirma que el emprendedor obtiene ventajas al mantenerse alerta a los cambios del mercado y es capaz de coordinar eficazmente los recursos gracias a la información que posee del entorno, enfatiza la importancia de estudiar a la competencia y tomar las decisiones en base a los datos históricos (Emilia Castiblanco Moreno, 2013).

A manera de resumen Schumpeter afirma que los emprendedores generan una situación nueva a partir de una existente, mientras que los austriacos generan una transformación dentro de un escenario existente (*Schumpeter, 1935*).

Cabe mencionar que fue en las décadas de los años 60 y 70 cuando los investigadores empezaron a enfocarse en la relación entre el emprendimiento y los empresarios de pequeñas empresas, estos estudios no se habían dado anteriormente debido a la atención dada a las empresas que producían en masa, ya que las responsabilizaban por el desarrollo económico y tecnológico de las naciones, así mismo las disciplinas que cada vez eran más complejas dificultaban poder incluir a los emprendimientos en los modelos y las teorías, por lo que fue indispensable el desarrollo de estudios (Baker & Welter, 2015). El primer enfoque que tomaron fue ver al emprendimiento como un fenómeno nuevo, el segundo fue empezar a incluirlo en las investigaciones de las diferentes disciplinas y por último se enfocaron en realzar el papel que tenían los emprendedores en la sociedad (Baker & Welter, 2015).

En los años 80, la comunidad investigadora se encontraba bastante dividida respecto al emprendimiento, ya que los estudios eran en su gran mayoría individuales, pero se fueron formando grupos entusiastas, defensores de la importancia de la función de los emprendimientos, cuyo fin era formar una infraestructura adecuada por medio de la creación de unidades de investigación, conferencias académicas y revistas científicas que gracias al apoyo de instituciones como Harvard, Stanford, Wharton y agentes políticos lograron obtener cierta legitimidad en el sistema académico (Baker & Welter, 2015).

Mientras tanto Drucker y Stevenson en el año 2000, consideraban que el emprendimiento se relacionaba directamente con la innovación, concordando en ciertos puntos con Schumpeter como que la riqueza se crea al realizar las mismas actividades de manera distinta. Además, aseveran que mientras la cultura administrativa hace referencia a un estado pasivo, la emprendedora se refiere a uno activo donde el desarrollo de una empresa va ligado al crecimiento personal de quien la dirige y a sus decisiones (Tulio Carmen & Fabio Viveros, 2017). Al mismo tiempo, Swedberg señala que para comprender al emprendimiento con mayor profundidad es necesario tomar en cuenta las ciencias

sociales ya que estas estudian el comportamiento de las personas permitiendo conocer cuáles son las motivaciones que permiten que surja el emprendimiento en un país determinado (Bréchet & Schieb-bienfait, 2016).

Al término emprendimiento con el paso del tiempo se le sumaron varias características, conceptos y percepciones nuevas que dependían del país de donde se lo describía, por un lado esta Pinchot (1987) quien dio inicio al término intrapreneur refiriéndose al “espíritu empresarial” no solo como una fuerza impulsadora para la creación de empleo y la competitividad sino también como la fuerza para cumplir las metas y sueños personales, la cual hace que se originen nuevos proyectos e ideas de negocios dentro de una empresa, por lo tanto los intraemprendedores son quienes logran que la idea se desarrolle comercialmente y apoyan con su esfuerzo e investigación el crecimiento de las organizaciones (Emilia Castiblanco Moreno, 2013).

Rafael Amit (1997) conceptualiza al emprendimiento en términos de flexibilidad, dinamismo, innovación y capacidad para asumir riesgos, donde Kawasaki lo complementa al definir al emprendimiento como el efecto de una serie de cualidades que posee un individuo como la pasión, paciencia y perseverancia. Por otro lado, Lina Marcela Arbeláez manifiesta que es un estilo de pensar y actuar que se orienta a la formación de capital y aprovechamiento de oportunidades teniendo como base la gestión previa del riesgo (Emilia Castiblanco Moreno, 2013).

Según Anyakoha (2006), el emprendedor es quien tiene el poder de elegir que riesgos asumirá, identifica las oportunidades que puedan producirle beneficios, sabe reunir los recursos que sean necesarios para sus objetivos y establece un ente económico que le permita solventar o satisfacer dicha demanda u oportunidad identificada, el emprendedor se posiciona como una persona independiente y autosuficiente que está dispuesta a enfrentar cualquier obstáculo que se le presente por lograr su objetivo (Vicente et al., 2018). Por último, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), organización dedicada al análisis cuantitativo y cualitativo del emprendimiento a nivel global, define al emprendimiento como una serie de cuatro etapas, la primera es el potencial emprendedor el cual hace referencia al conocimiento y habilidades que posee el individuo, como segunda etapa se encuentra la generación o creación de un negocio, como tercera la superación de la etapa inicial obteniendo como resultado un negocio en crecimiento y por último la etapa de persistencia donde se define si permanecerá en el mercado o termina por desaparecer (Laslo, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020). De igual forma, el GEM afirma que contar con el espíritu emprendedor es de gran importancia para la evolución y bienestar de las naciones, ya que los emprendedores generan empleo e introducen al mercado nueva

competencia con lo cual indirectamente contribuyen a la productividad nacional (Vicens & Grullon, 2011).

Formichella (2002), define a los emprendedores como los individuos que tienen las competencias necesarias para crear algo nuevo, asumir riesgos, generar bienes y servicios y enfrentar los obstáculos que se presentan, por lo que al igual que Drucker y Stevenson lo relaciona directamente con la innovación afirmando que la misma es vital en el emprendimiento (Emilia Castiblanco Moreno, 2013). Sin embargo, Formichella no relaciona la innovación con la tecnología sino más bien la define como aquella actividad de realizar de otra manera ya sea los procesos productivos, bienes, servicios o prácticas administrativas tanto del área financiera, ventas o negocios (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016).

Como objetos de la innovación se encuentran los productos, refiriéndose a la introducción de uno completamente nuevo al mercado, los procesos abarcando actividades de cualquier tipo de naturaleza empresarial como financiera, científica, comercial, tecnológica u organizacional, y los mercados al referirse a la creación de nuevos segmentos o mejoramiento de los abastecimientos de materia prima (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016). La forma en cómo se dé la innovación depende del enfoque que tenga el emprendedor, puede ser radical siendo algo totalmente nuevo dirigido a nuevos mercados, con una funcionalidad diferente a todo lo conocido y existente, o puede ser progresiva realizando cambios o mejoras significativas dentro productos o procesos existentes (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016).

Como se evidencia anteriormente el término emprendimiento no tiene una definición única o puntual, a pesar de que la mayoría de sus autores o investigadores se basaron en la escuela Schumpeteriana, que se caracterizaba por la innovación o creación de productos y servicios, siendo uno de ellos Arthur Cole, quien creó el modelo de la evolución de la sociedad basado en el impulso que da el emprendimiento a los sistemas comerciales, mismo que incluía los vínculos industriales, normas culturales y los factores organizacionales que influyen en una entidad; por otra parte, se encuentra Chandler, quien realizó un estudio sobre el fracaso y éxito de las grandes cooperaciones en base a los desafíos en innovación que estas tuvieron que enfrentar (Jones & Wadhvani, 2009). En consecuencia, existen dos inclinaciones, por un lado aquellos autores que enfocan el emprendimiento a las creaciones tecnológicas, lo cual tuvo inicio en la revolución industrial con la creación de las máquinas, y por otro lado aquellos autores que relacionaron al emprendimiento con la creación de algo, sin tomar en cuenta la innovación ni la tecnología (Vicente et al., 2018).

El surgimiento de estas inclinaciones se relaciona al ambiente en el que se encontraban los investigadores, por un lado en aquellos países denominados desarrollados fue donde la base de la creación de nuevos productos o servicios fue la tecnología, y en aquellos países denominados subdesarrollados el emprendimiento se enfocó en la creación o apertura de algo nuevo que no necesariamente sean de base tecnológica, todo lo contrario eran “tradicionales” cuyo concepto se revisa posteriormente (Jones & Wadhvani, 2009). Es importante resaltar que a pesar de ello, todos los investigadores concuerdan que el emprendedor es un individuo que posee ciertas capacidades y actitudes que combinadas le permiten reconocer y aprovechar las oportunidades que se le presentan (Vicente et al., 2018).

En el caso de los países norteamericanos y europeos donde la tecnología es mucho más desarrollada a comparación el resto de países, se enfocan en el emprendimiento de base tecnológica donde resaltan muchas de las empresas multinacionales como Apple, Google, Nestlé, Johnson & Johnson, Cisco, Volkswagen, Netflix, Starbucks, entre otras, que son descritas como empresas innovadoras cuya base fundamental es la creatividad no solo para crear nuevos productos o servicios si no para afrontar los obstáculos que vayan surgiendo en el tiempo (Shalley, Hitt, & Zhou, 2015)

El presente estudio está enfocado en el emprendimiento de índole tradicional, ya que como se mostrará posteriormente, Ecuador es un país caracterizado por emprendimientos de este tipo.

#### **1.4.2. Tipos de emprendimiento**

Como ya se ha señalado anteriormente, no existe un acuerdo respecto a la definición del término “emprender” por lo que han ido surgiendo a la par diferentes tipos de emprendimientos, entre los más conocidos se encuentran los denominados por necesidad u oportunidad y los tradicionales y no tradicionales. El objetivo de aquellos que surgen por necesidad es conseguir una retribución económica para destinarla a alimentación, vestimenta o vivienda, se caracterizan por enfocarse a un pequeño segmento de mercado y no tener perspectiva de crecimiento nacional o internacionalmente, por ende no se enfocan en el incremento de las ventas y la rentabilidad (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016).

El emprendimiento por oportunidad se enfoca en las ideas que se materializan y cuentan con un potencial de crecimiento alto al tener mayor conocimiento del mercado, surge al solventar una necesidad que no ha sido identificada por otros, o a su vez proponer soluciones innovadoras a problemas que estén surgiendo en la sociedad (Alcaraz, 2017). Este tipo de emprendimiento depende de las circunstancias que se le presenten al

individuo así como de las decisiones que tome para lograr las condiciones propicias y así aprovechar la oportunidad (Vicente et al., 2018).

Los emprendimientos tradicionales son aquellos que se dedican a la distribución o producción de bienes ya formalizados como son las panaderías, peluquerías, venta de ropa, etc. Estos se caracterizan por tener poca rentabilidad, hacer poco uso de tecnología y por no contar con un elemento diferenciador o valor agregado respecto a su competencia. En cambio, los emprendimientos no tradicionales son aquellos que tienen un crecimiento dinámico, emplean tecnología dentro de su proceso de producción, además cuentan con una diferencia relevante en cuanto a los bienes o servicios que ofrece su competencia, a su vez se enfocan en necesidades que no han sido solventadas con anterioridad y por ende no tienen un mercado saturado como en los emprendimientos tradicionales (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016).

Por otro lado, también existe el emprendimiento social, cuyo enfoque es el cambio y transformación de la sociedad, este tipo de emprendimiento busca el beneficio de toda la comunidad en términos medioambientales, salud, pobreza, y cualquier tipo de problema social existente, se caracteriza por no tener fines de lucro y aportar positivamente a sus usuarios o clientes, sin dejar de lado la creatividad o el ingenio para poder plantear soluciones innovadoras a los problemas detectados (Dey, 2006). Otro punto de vista del emprendimiento social considera el beneficio económico y valor social que se crean con el intercambio de un objeto por otro, en este caso la compra de un producto o la prestación de un servicio a cambio de un valor monetario justo donde ambas partes se benefician mutuamente, sin haber pagado una cantidad de dinero excesiva (Vicente et al., 2018).

Por su lado Schollhammer (1980) clasificó a los emprendedores en las siguientes categorías, en primer lugar, los administrativos quienes realizan investigaciones para generar mejores formas de realizar las actividades de las organizaciones, en segundo lugar, están los oportunos, mismos que se mantienen siempre alertas para aprovechar las oportunidades que aparezcan en el mercado, seguido se encuentran los incubadores quienes por sus deseos de crecer y su gran apego a la autonomía crean unidades independientes que terminan por ser negocios, y en cuarto lugar los imitadores quienes se dedican a mejorar los productos creados por otros (Alcaraz, 2017).

Sin embargo, existen dos tipos de emprendedores adicionales, los individuos que emprenden dentro de una organización, los emprendedores internos o más conocidos como intrapreneur quienes crean nuevos productos o procesos dentro de los entes económicos donde laboran, y los emprendedores externos o entrepreneur, quienes buscan iniciar su negocio propio basándose en lo que vende su organización empleadora,

ya sea en la producción o distribución de bienes o en la prestación de los servicios que ofertan (Alcaraz, 2017).

El emprendimiento femenino ha sido tomado como una categoría debido a que en el pasado este emprendimiento era inusual, por lo que tenía sus propias características y condiciones, al ser comparado con el emprendimiento masculino se evidencian las grandes diferencias que los separan, las cuales se detallan más adelante (Bauer et al., 2011).

Finalmente, es importante conocer dos aspectos fundamentales en cada país para poder contemplar que tipo de emprendimiento será el más representativo, estos son, el potencial emprendedor y las barreras tanto internas como externas que un individuo pueda enfrentar (Vicente et al., 2018).

### **1.4.3. Emprendimiento por género**

El género es un constructo social que se creó a partir de los vínculos de poder entre mujeres y hombres, y la percepción de la sociedad basada no solo en la fisionomía de estos dos entes, sino también en el tipo de función que adoptó cada uno, teniendo a los hombres como aquellos encargados de las actividades que conllevan fuerza y análisis y a las mujeres como aquellas encargadas de las actividades del hogar (Posada Kubissa, 2017). Otras variables que influyen en las diferencias sociales entre mujeres y hombres son la clase social, la edad, etnia, discapacidad y entorno geográfico, económico y político, así mismo los roles de ambos géneros se ven afectados por los valores, estereotipos y normas de cada región (Bauer et al., 2011).

Según Suarez (2011), el mercado laboral está segmentado tanto vertical como horizontalmente, la primera haciendo referencia a la discriminación salarial y jerárquica, y la segunda indica a la división de hombres y mujeres por actividades ocupacionales.

En el contexto del emprendimiento se puede diferenciar entre la participación de hombres y mujeres. El GEM afirma que aún es el género masculino el que tiene mayor participación a pesar de que el papel de las mujeres ha evolucionado considerablemente y ha logrado obtener una excelente posición respecto al género masculino (Bosma & Kelley, 2019). En los países desarrollados el género femenino tiene un papel más evidente ya que es en estos donde la mujer empezó a tener presencia e importancia desde los años 70 y 80, sin embargo, aún siguen representando un porcentaje menor tal como lo afirman las investigaciones del GEM (Chávez Garcés et al., 2017).

Kargwell (2012) asevera que existe un obstáculo cultural que impide que la sociedad pueda ver a las mujeres como personas competentes de poder dirigir un negocio, así mismo el supuesto rol que tienen los hombres de proporcionar protección, y los elementos

esenciales para su hogar, impide que las mujeres puedan superarse ya que deben cumplir con el papel de amas de casa (Emilia Castiblanco Moreno, 2013).

Las mujeres se han visto en la tarea de crear negocios por diferentes motivos principalmente por razones vinculadas a sus familias, así mismo muchas veces se han visto afectadas por el patriarcado que aún es vigente en la actualidad sin embargo, con el transcurso de los años han ido superando poco a poco esta barrera y han logrado representar entre un 46% y 55% de la fuerza laboral de las naciones americanas (Ruiz et al., 2009). Es importante reconocer y considerar que los hombres no han experimentado limitantes socio culturales como las mujeres, quienes no pueden acceder fácilmente a redes de negocios o conseguir un canal de financiamiento (Ruiz et al., 2009). Por otro lado, existen otros aspectos que diferencian a los hombres y mujeres como la percepción del riesgo donde el sexo femenino prefiere ingresar a mercados estables donde están seguras de conseguir ganancias y hay pocas probabilidades de fracaso, globalmente solo el 30.2% están dispuestas a aceptar actividades de alto riesgo mientras que el 50.9% de hombres se encuentran dispuestos (Emilia Castiblanco Moreno, 2013). Según el GEM 2017 las mujeres son generadoras de cambios al menos de cuatro formas, en primera instancia solo con la idea de crear algo propio están yendo en contra de las normas sociales impuestas durante varios años, en segundo lugar, siempre sus negocios están enfocados al bienestar de la comunidad, es decir, que su producto de alguna forma ayuda a la construcción de una mejor calidad de vida, en tercer lugar las mujeres con emprendimientos establecidos toman el papel de mentoras para nuevas empresarias convirtiéndose en su inspiración y ayudándolas a poder establecer su negocio y por último utilizan a sus emprendimientos como una forma de hacer voluntariado en la comunidad por ejemplo al no permitir que dentro de sus establecimientos se den comportamientos sexuales indebidos en contra de las mujeres o niños (Bosma & Kelley, 2019).

#### **1.4.3.1. Emprendimiento femenino**

Para el caso específico de Ecuador y tomando como referencia los emprendimientos por necesidad y por oportunidad, las mujeres poseen un 52.44% en la primera categoría y en la segunda se posicionan con un 45.43%, mientras que los hombres con un 47.52% y un 54.57% respectivamente (Chávez Garcés et al., 2017). A su vez, los resultados de la encuesta sobre el subempleo, desempleo y empleo realizada por el INEC en el 2019 indican que existen 1'200.623 mujeres emprendedoras frente a 1'738.553 hombres, cuyos motivos difieren ya que los hombres los crean al identificar oportunidades y las mujeres por necesidad, independencia e incluso como un método de contrarrestar la violencia de género (INEC, 2018).



Por actividad económica las mujeres están más enfocadas al comercio, donde ocupan cargos de gerentes o propietarias con un 60.78%, mientras que el 47.38% corresponde a los hombres, en el caso de servicios con una diferencia de un 3.91% son los hombres los que tienen mayor participación con un 38.18% y por último en el caso de la manufactura las mujeres tienen una mínima participación con un 4.83% frente a un 14.10% de los hombres (Valle, 2018).

Con el propósito de potenciar la participación del sexo femenino en el mundo empresarial el Ministerio de Inclusión Económica y Social implementó programas que buscaban fomentar el desarrollo social, humano y productivo de muchas de la familia que recibían el Bono de Desarrollo Humano, y como resultado para el año 2014 cerca de 100 mil familias lograron incursionar en un emprendimiento y han mantenido un sustento familiar estable (Chávez Garcés et al., 2017).

Según el GEM 2019, en base a la TEA muestra que son los hombres en Ecuador tienen menor porcentaje en comparación con las mujeres, un 47.9% frente a un 52.1%, sin embargo en cuanto a los negocios que están formalmente establecidos el género masculino tiene una mayor participación con un 54.3% en comparación con un 45.7%, por ende si bien el género femenino tiene muchas intenciones de crear emprendimientos estos no se asientan en el mercado y quedan plasmados como ideas (Laslo, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020). A su vez, también son los hombres los que dedican mucho más tiempo a sus negocios que las mujeres, con una relación de 8 a 4 horas respectivamente, esto corresponde con el apego de la mujer a su familia, ya que son ellas quienes en su mayoría buscan establecer un negocio, con el objetivo de mejorar su ingreso familiar (Emilia Castiblanco Moreno, 2013).

#### **1.4.4. Motivaciones, barreras en el emprendimiento y potencial emprendedor**

Existen diferentes motivos para la creación de nuevos negocios, pero en particular se afirma que según el grado de intención que tenga una persona de convertirse en un emprendedor, influirá directamente en el compromiso que este tendrá con su negocio en el futuro, por lo cual los factores que determinan la intención son las percepciones sobre el deseo como la actitud, viabilidad de explotar una oportunidad, normas sociales y aspectos legales y económicos. Por ende, una persona antes de iniciar su propio negocio debe conocer sus limitaciones y lo que tiene disponible para enfrentar los obstáculos que se puedan presentar (Romero-Martínez & Milone, 2016).

La pasión también es un factor motivacional que se toma en cuenta, al hacer referencia al término intrapreneur visto anteriormente. Aquellas personas que no realicen con pasión sus actividades solo cumplirán con lo solicitado y en cambio aquellas que presenten

pasión por lo que hacen siempre harán más de lo solicitado, tratando siempre de participar y cooperar con cualquier idea innovadora (Baker & Welter, 2015). Cabe notar que esta pasión debe ser armoniosa es decir el ambiente de una empresa debe ser flexible permitiendo que los intrapreneur desarrollen y expongan sus ideas con libertad, ya que a pesar de que les apasione lo que hacen si se sienten cohibidos con el tiempo bajaran su nivel de trabajo (Baker & Welter, 2015).

Según el psicólogo McClelland (1961) la motivación más relevante es la necesidad de logro ya que impulsados por ella los emprendedores desarrollan de la mejor forma a sus negocios, además McClelland cree que esta motivación es la responsable del crecimiento económico de un país, mientras más personas estén deseosas por cumplir sus metas y lograr lo que se proponen existirán más negocios y con ello mayor competitividad y por ende existirá mejor desarrollo económico (Montoya Restrepo & Vélez Restrepo, 2014).

Otro panorama es la teoría de la expectativa/valoración la cual se enfoca en tres tipos de relación, todo tipo de esfuerzo conducirá a conseguir un resultado, lo satisfactorio de cumplir con los resultados previstos y la creencia de que un determinado nivel de rendimientos se traduce al resultado deseado, en otras palabras un asalariado se siente motivado en realizar de la mejor forma sus actividades en función de la recompensa a obtener, por ende un emprendedor está dispuesto hacer los esfuerzos necesarios para conseguir que su negocio prospere (Bosma & Kelley, 2019).

En esta teoría se presentan tres definiciones la primera de esfuerzo el cual explica que tan comprometida esta una persona con su meta, segundo la expectativa que hace referencia a la creencia de que una acción determinada tendrá como resultado lo planeado y por último punto, la ejecución la cual en el primer nivel hace referencia a iniciar el negocio y en el segundo nivel se refiere a lo que desea el emprendedor de su negocio (Montoya Restrepo & Vélez Restrepo, 2014).

La teoría del comportamiento planificado explica que la decisión de emprender es resultado de dos percepciones: deseo y viabilidad. El deseo como la actitud que tiene el sujeto en cuestión a realizar una determinada acción, la cual depende de la estructura social, económica donde se haya desarrollado, y la viabilidad como el conjunto de recursos disponibles ya sean tangibles o intangibles (Montoya Restrepo & Vélez Restrepo, 2014).

Por lo general las principales motivaciones son la autonomía o independencia económica, mayores ingresos, mejor posición social, la necesidad de logro, insatisfacción en los trabajos anteriores, poner en práctica los conocimientos alcanzados tanto estudiantilmente como en las experiencias vividas, ser su propio jefe, conseguir un patrimonio personal (López Fernández et al., 2012).

En términos de edad, son las personas por debajo de 40 años las que desean emprender, esto se debe a la alta tasa de desempleo que existe, ya que muchos por el miedo de no conseguir un empleo recurren a realizar sus propias actividades económicas, lo cual no sucede con personas mayores a los 40, quienes por lo general cuentan con empleos fijos y estabilidad económica (Romero-Martínez & Milone, 2016).

García (1922) agrupó a las motivaciones de los emprendedores en cuatro categorías: las aspiraciones personales son las motivaciones de seguridad, riqueza, ayuda comunitaria, independencia y el deseo de ser su propio jefe al tener autonomía respecto a su tiempo, seguidas por las motivaciones de carácter material como la acumulación de capital y las redes de contacto necesarias para seguir creciendo, seguidas por las motivaciones negativas las mismas que hablan sobre las malas experiencias en otros lugares de trabajo y finalmente la obtención de conocimientos sobre el mercado, el producto y la estructura interna del negocio (Montoya Restrepo & Vélez Restrepo, 2014).

Entre las motivaciones de las mujeres para emprender se encuentran que no logran acceder a los puestos de alto mando, lo que causa que se sientan frustradas y deseen crear un negocio donde se sientan libres, puedan adquirir nuevos conocimientos y desarrollarse como personas, adicionalmente emprenden para conseguir autonomía, satisfacción personal, mejor retribución y para obtener prestigio o estatus (López Fernández et al., 2012).

Dentro del emprendimiento para los individuos existen múltiples barreras desde la fase inicial hasta la fase de madurez, estas son tanto del entorno que lo rodea, así como internas es decir propias del emprendedor, los emprendedores muchas veces se encuentran con un mercado que tiene demasiadas barreras de entrada, ya sea en el ámbito legal, que el mercado se encuentre monopolizado por un solo vendedor o que el riesgo sea demasiado elevado (Fuentes García & Sánchez Cañizares, 2010). Otras dificultades del entorno que enfrenta el emprendedor son conseguir financiación, la protección de los derechos de autor, conseguir una patente, la estabilidad política, la aceptación del mercado hacia el nuevo producto entre otros (Romero-Martínez & Milone, 2016).

Internamente un emprendedor puede sentir inseguridad de sí mismo y sus capacidades, el miedo al fracaso y perder todo lo invertido son los principales obstáculos internos que se presentan con frecuencia, por ello solo aquellos emprendedores que deciden seguir adelante y han pasado por mayores niveles de adversidad logran montar su propio negocio (Romero-Martínez & Milone, 2016).

A lo largo de los años se ha evidenciado que a nivel global son las mujeres quienes más barreras para emprender enfrentan. En el caso específico del financiamiento, las

entidades financieras no ven a las mujeres como un potencial cliente al que se pueda otorgar un crédito, debido al constructo que la sociedad en general tiene de la mujer, como un individuo débil, que no puede sobresalir por sí sola, y que no puede tomar decisiones óptimas ya que involucra sus emociones (Saavedra García & Camarena Adame, 2015).

Por otro lado, tomando en cuenta que la principal motivación de la mujer para emprender es la obtención de mayores retribuciones económicas para mejorar el nivel de vida de su familia, uno de sus desafíos es su inexperiencia en el ámbito empresarial y comercial provocando que no cuente con el conocimiento suficiente para lograr un buen posicionamiento en el mercado (Álvarez et al., 2012).

Otro de los obstáculos muy importantes, y la razón de que muchas mujeres decidan no emprender es la violencia de género que durante décadas se ha tratado de eliminar, las mujeres son violentadas no solo físicamente sino psicológicamente por su sexo opuesto, creando así la idea en sus mentes de que no pueden superar al hombre y dependen de él. Muchas de las mujeres han normalizado a la violencia por lo cual no denuncian ninguna agresión, sienten la obligación de permanecer en sus hogares por sus hijos y han desarrollado una dependencia emocional hacia su pareja (Moriana, 2015).

El Ecuador en el año 2005 creó el Plan de Igualdad de Oportunidades enfocado en dar préstamos a emprendimientos y pequeñas empresas dirigidas por mujeres, con el objetivo de que el rol de la mujer en el ámbito laboral y su espíritu empresarial se incrementarán, pero los resultados no fueron los esperados, aun existían barreras legales que no permitían a las mujeres suscribirse a este, los requisitos para obtener el financiamiento eran difíciles de cumplir por lo cual solo muy pocas mujeres pudieron acceder, lo que no simbolizó un cambio representativo (Álvarez et al., 2012).

**Tabla 1** – Motivaciones y barreras en el emprendimiento

<b>Motivaciones</b>	<b>Barreras</b>
Aprovechar una oportunidad	Violencia de género
Pasión	Obstáculos Legales
Necesidad de logro	Mercados monopolizados
Recibir una recompensa	Falta de fuentes de financiamiento
Deseo y viabilidad	Dificultad en conseguir una patente
Autonomía económica	Inestabilidad política
Mayores ingresos	Riesgo demasiado elevado

Mejor posición social	Saturación de mercados
Insatisfacción con el trabajo actual	Poco apoyo por parte de las entidades gubernamentales
Demostrar sus capacidades	Inseguridad de sus aptitudes
Ser su propio jefe	Miedo al fracaso
Acumulación de capital	Poca preparación profesional
Obtener mayores conocimientos en su rama de estudio	Poca o ninguna experiencia en el ámbito empresarial

Modificado de (Álvarez et al., 2012; Bosma & Kelley, 2019; Lasio et al., 2018; López Fernández et al., 2012; Moriana, 2015; Romero-Martínez & Milone, 2016; Saavedra García & Camarena Adame, 2015)

El potencial se entiende como las capacidades que tenga una persona para desarrollar una actividad en concreto, existen capacidades internas y externas, las internas son aquellas facultades innatas de cada persona, y es la sociedad donde convive la encargada de incentivar su desarrollo o bloquear las oportunidades de la persona para que las use. En cambio, las externas dan alusión a las que se dan gracias a las políticas, condiciones sociales y a la economía, que en conjunto en un contexto propicio promueven el desarrollo de estas nuevas capacidades (Montoya Restrepo & Vélez Restrepo, 2014). Específicamente en el caso del emprendimiento se habla de la capacidad innovadora donde el emprendedor asume cambios y debe enfrentarlos creativamente con estructuras ágiles y flexibles que generen la mayor cantidad de ideas, y la capacidad emprendedora la cual indica que las personas deben actuar con iniciativa, intentando identificar oportunidades y planteando nuevas formas de hacer las actividades regulares, además de saber organizar creativamente los recursos de tal forma que se consiga el resultado deseado (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016).

Cabana (2013), afirma que el potencial de emprendedor se mide tomando en cuenta la actitud, los atributos, la capacidad para enfrentar el riesgo, los aspectos interpersonales entre otros factores. Algunos de los factores son la capacidad de iniciativa que se refiere a la predisposición que tiene el emprendedor para comenzar algo nuevo, la capacidad de fortaleza que hace referencia a la adaptación, la tenacidad y perseverancia que tiene un emprendedor cuando enfrenta dificultades, obstáculos o percances llegando a cambiar su propio enfoque al valorar otros puntos de vista, la capacidad de asumir riesgos la cual implica la predisposición a no evadir situaciones de incertidumbre, además de contar con

la inteligencia emocional que le permita superar los posibles fracasos o errores (Gutiérrez Huby & Amador Murguía, 2014).

La capacidad de tomar decisiones, que se refiere a lograr escoger la mejor opción entre varias alternativas y ser flexible en el caso de que se den eventos fortuitos y tener que cambiar de rumbo, finalmente, el emprendedor debe ser muy organizado en cuanto a su tiempo y trabajo para que pueda realizar todas sus actividades sin retrasos, debe estar enfocado en sus objetivos o metas y trabajar con la suficiente confianza en sí mismo para no abandonar su emprendimiento frente a cualquier obstáculo (Gutiérrez Huby & Amador Murguía, 2014).

Existen dos habilidades indispensables que debe tener un individuo que desea iniciar un negocio, por un lado está la capacidad emprendedora que se enfoca en saber identificar y aprovechar las oportunidades, y por otro esta, la habilidad de diagnóstico que hace referencia a la capacidad para estudiar rigurosamente las causas y consecuencias de los obstáculos que se presenten en el entorno en corto, mediano y largo plazo (Vicente et al., 2018).

El potencial emprendedor como se había mencionado anteriormente también se ve influenciado por las condiciones del entorno, es decir, que un emprendedor que tenga mejores posibilidades de acceder a la educación, financiamiento, infraestructura, instituciones de apoyo y tecnología, desarrollará mejores capacidades para desenvolverse en el mercado con su propio negocio, pero en el caso de los segmentos más vulnerables de la población son las políticas públicas las responsables de que tengan acceso a las herramientas que permitan que tengan mejores capacidades (Merino & Chanes, 2011). Como lo reafirma Moreno & Olmos (2010), las naciones están delimitadas por las condiciones económico-sociales que impiden o motivan la creación y desarrollo de los entes generadores de riqueza, y las capacidades personales de cada individuo están directamente influenciadas por estas condiciones de su entorno, por lo tanto, mientras un país tenga las condiciones adecuadas para preparar a su población mejores oportunidades de crecer tendrá (Vicente et al., 2018).

**Tabla 2** –Potencial emprendedor

	<b>Internas</b>	<b>Externas</b>
<b>Capacidades</b>	Innovadora	Condiciones del mercado
	Emprendedora	Condiciones políticas
	Asumir riesgos	Estructura de la sociedad
	Toma de decisiones	Situación económica del país
<b>Habilidades</b>	Tenacidad	Grado de accesibilidad a la educación
	Perseverancia	
	Adaptabilidad	Grado de apoyo de los organismos gubernamentales
	Inteligencia emocional	
	Oportuno	Fuentes de financiamiento
	Diagnostico	

Modificado de (Gutiérrez Huby & Amador Murguía, 2014; Merino & Chanes, 2011; Montoya Restrepo & Vélez Restrepo, 2014; Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016)

#### **1.4.5. El emprendimiento en Ecuador**

Para poder comprender como se ha ido desarrollando el emprendimiento en Ecuador es necesario conocer algunos datos del emprendimiento a nivel global, para ello la información que ofrece el GEM, es de gran ayuda, ya que se puede conocer y analizar la situación de cada país puesto que presenta tanto datos estadísticos respecto al número de emprendimientos así como también detalla los elementos que influyen en la población de cada país para emprender, dividiéndolas en razones sociales, políticas y económicas, adicionalmente, menciona como la personalidad de cada individuo emprendedor repercute en la forma en la que su negocio crecerá o desaparecerá y por último evalúa el ciclo de los emprendimientos empezando por la idea hasta su madurez (Lasio et al., 2018).

Según lo describe el GEM, un emprendimiento nace con una intención, oportunidad o conocimiento que al lograr formar una idea de negocio se convierte en los negocios nacientes los cuales se denominan así hasta los 3.5 años, después de haber iniciado formalmente, allí se define a que sector está dirigido y que impacto tiene dentro del

mercado, una vez superados estos años deciden si se mantienen dentro del mercado nacional o se internacionalizan (figura 1).



**Figura 1** – Modelo GEM del ciclo de vida del negocio y las características emprendedoras  
(Laslo, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020)

Los emprendimientos durante su crecimiento enfrentan obstáculos, por lo cual deben realizar cambios intentando seguir las tendencias del mercado o a su vez incrementar sus redes de contactos para poder ampliarse, ya que caso contrario terminan pereciendo (Global Entrepreneurship Monitor, 2019)

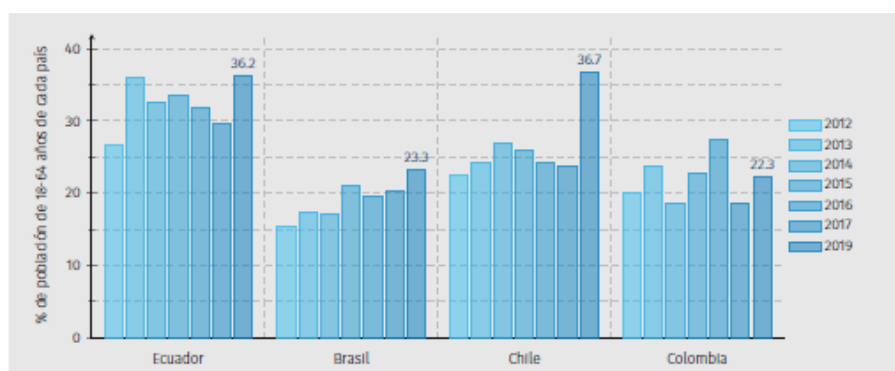
En términos estadísticos el año 2019, según el GEM, los países con un alto índice de emprendimientos no tradicionales europeos a excepción de Estados Unidos, Canadá y Australia mientras que en Latino América se observa un alto índice de emprendimientos tradicionales que no usan ni generan tecnología (Global Entrepreneurship Monitor, 2019). Globalmente el 12.6% de adultos tienen un emprendimiento en etapa inicial, el 8.5% posee un negocio establecido y el 3.7% de los empleados iniciaron un negocio, Corea del Sur tiene la más alta tasa de adultos activos en emprendimientos con aportes significativos a su economía con un 21.5%, seguido por Israel con un 12.3%, Chile con 11.2%, Irlanda con 10.9% y Estados Unidos con 10.8% (Bosma & Kelley, 2019).

En términos de género, por cada 10 hombres emprendedores existen 7 mujeres emprendedoras globalmente y únicamente en Indonesia, Tailandia, Panamá, Catar, Madagascar y Angola la tasa de emprendimiento de hombres y mujeres es igual (Bosma & Kelley, 2019).



En el caso específico de Ecuador según el GEM (2019), existen diversas tasas que estudian el comportamiento de emprendimiento la más utilizada y reconocida es la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) a la cual se hará referencia más adelante. Por lo que Ecuador tiene los siguientes resultados correspondientes a otras tasas, en cuanto a la Tasa de emprendimientos nacientes Ecuador se posiciona con uno de los porcentajes más altos con un 26.9%, mientras que la Tasa de Propiedad de Negocios Nuevos tiene un 10.8%, sin embargo ambas tasas tuvieron su mejoría en comparación de los resultados obtenidos en el año 2017 los cuales fueron 21.2% y 9.8% respectivamente, donde el último fue tomado como unos de los resultados más bajos respecto a otros países latinoamericanos. Por otro lado, la Tasa de Propiedad de Negocios Establecidos disminuyó a 14.7% en comparación del 15.4% obtenido en el año 2017 es decir los nuevos negocios no logran llegar a tener por lo menos 42 meses establecidos. Por último, la Tasa de Cierre de Negocios es de 5.86% lo que significa que los dueños no tienen una buena cultura de adaptación a los cambios del ambiente por lo que muchos negocios llegan a cerrar sus operaciones.

En cambio, respecto a la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) Ecuador se ha posicionado como el país con el más alto porcentaje de Latinoamérica con un 36.2%, seguido por Chile con 36.7%, Brasil con 23.3% y Colombia con 22.3% como se evidencia en la Figura 2 (Laslo, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020).



**Figura 2** – Evolución TEA Ecuador y países seleccionados (Laslo, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020)

Sin embargo, los resultados de esa tasa provienen de emprendimientos que surgieron por necesidad y son de índole tradicional, es decir, negocios que están dentro de mercados saturados como bazares, panaderías, bodegas de alimentos, etc. Por lo cual estos emprendimientos suelen desaparecer con rapidez y no tienen ningún tipo de plan

de inversión o crecimiento a largo plazo, no cuentan con redes de contactos ni con ideas de mejora para sobresalir dentro del mercado (Chávez Garcés et al., 2017).

Cabe resaltar que Ecuador es uno de los países donde menos uso de la tecnología en los emprendimientos se ha observado con tan solo un 1%, siendo comparable con las economías de factores que tienen un 0.8%, lo que ratifica que Ecuador es un país con emprendimientos tradicionales (Laslo, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020).

La factibilidad del emprendimiento en Ecuador es analizada por varios factores en primer lugar, está el acceso al financiamiento donde existe escaso apoyo de la banca pública y privada debido a la poca variedad de productos financieros disponibles, de igual manera la legislación no permite otras formas de financiamiento ni tampoco incentiva a empresarios extranjeros a invertir su capital dentro del país al mismo tiempo no existe un mercado de capitales del que se puedan beneficiar los emprendedores (Chávez Garcés et al., 2017). Cabe mencionar que la principal fuente de financiamiento para los emprendimientos es su propio capital sumado a préstamos de amigos o familiares por lo que muchas veces no cuentan con el suficiente para poder invertir en todo lo necesario para iniciar la actividad empresarial (Lasio et al., 2018).

En segundo lugar, están las políticas gubernamentales donde existe inseguridad jurídica, cambios constantes en los aspectos tributarios y demasiados trámites engorrosos para la formalización de empresas (Global Entrepreneurship Monitor, 2019). Cabe mencionar que el gobierno ecuatoriano no ha apoyado de la mejor manera a las organizaciones que se encargan de fomentar el emprendimiento, y si bien cuentan con programas es muy difícil acceder a ellos (Lasio et al., 2018).

Además, los individuos, desconocen el proceso para la creación de nuevas empresas, no cuentan con una visión global, no conocen el mercado, los aspectos técnicos y legales y sobre todo poseen fuertes debilidades en cuanto a la gestión de nuevos negocios lo que limita el progreso y la sostenibilidad en el tiempo, estos problemas se otorgan a la poca divulgación de la información existente y a la insuficiente autoeducación (Emilia Castiblanco Moreno, 2013).

En cuarto lugar está la transferencia de conocimiento, en la cual se evidencia el triángulo de Sábato, el mismo que hace referencia a la relación entre las universidades-gobierno-empresas, cuya función es vital para impulsar el crecimiento de los emprendimientos pero que actualmente no se encuentra fortalecido dentro de Ecuador ya que los pocos convenios existentes no tienen la importancia que deberían, debido a la falta de comunicación entre estas entidades (Moreno Zacarías & Espíritu Olmos, 2010).

En quinto lugar, se encuentra el factor de la infraestructura comercial y legal la cual ha mejorado respecto a años anteriores para el 2019 se han incrementado notoriamente los

centros de apoyo a los emprendedores como las incubadoras, los espacios de coworking y los centros de asesoramientos que acompañan a los emprendimientos en su desarrollo, desde la parte inicial hasta que logran superar su punto de equilibrio. El limitante que se encuentra en estos servicios es el alto costo que siguen teniendo por lo que muchas veces los emprendedores prefieren realizar sus negocios en solitario lo cual se relaciona directamente con el poco acceso al financiamiento (Saavedra García & Camarena Adame, 2015).

En cuanto a la infraestructura física se puede destacar que es el factor mejor evaluado por la disponibilidad y facilidad para poderla obtener, incluso a nivel regional es el factor mejor puntuado. La infraestructura disponible cuenta con acceso a todos los servicios públicos como agua, luz y telefonía además de contar con un sin número de empresas privadas para acceder al servicio de internet (Saavedra García & Camarena Adame, 2015).

Dentro del último factor, normas sociales y culturales, se distinguen dos puntos de vista el primero con referencia a la actitud de los emprendedores en cómo ven a la acción de iniciar un negocio, muchos de ellos lo ven como una salida del desempleo y otros como una forma de desarrollo, mientras que el segundo panorama parte de la sociedad donde lo ven como una moda y no valoran el papel que tienen los emprendimientos en la sociedad. Además, este resultado es debido al poco incentivo que reciben por parte de las entidades públicas, las mismas que no otorgan la importancia ni el tiempo necesario para estimular el crecimiento de estos emprendimientos (Laslo, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020).

A manera de resumen existen muchos más factores que restringen el emprendimiento en comparación a los factores que lo fomenten, sobre todo en términos de políticas públicas que no crean las condiciones favorables en el entorno para que surjan emprendimientos con bases más sólidas (Lasio et al., 2018). Según el GEM (2019) los aspectos más críticos en Ecuador al compararlo a nivel global son las políticas gubernamentales, el apoyo financiero, mientras que los mejores puntuados son la educación, la disponibilidad de infraestructura comercial y profesional y el fácil acceso a la infraestructura física.

## **2. METODOLOGÍA**

En el presente capítulo, se detalla cómo fue levantada la información, que herramientas se utilizaron, la descripción de la población de interés, el cálculo de la muestra para la etapa 1 y el proceso de entrevistas.

### **2.1. Enfoque de la investigación**

El presente estudio fue de naturaleza mixta, es decir, tanto cualitativa como cuantitativa, cabe mencionar que los trabajos de investigación pueden tener enfoque cuantitativo, cualitativo o mixto, cada uno de los tipos de enfoque tienen sus propias características y beneficios, el tipo de investigación mixta utilizó los puntos más positivos de ambos tipos, combinándolas y minimizando sus deficiencias individuales, permitiendo analizar los datos conjuntamente y determinar conclusiones más precisas del tema a estudiar (Hernández Sampieri, 2014).

Cabe destacar que la investigación mixta ha venido siendo una de las más utilizadas en cuanto a estudios cuyo objetivo es la caracterización de personas en un determinado rol, como es el presente estudio cuyo objetivo es la caracterización de las mujeres emprendedoras, donde se necesitó realizar una triangulación de la información para poder obtener resultados con mayor fiabilidad (Guelmes Valdés & Nieto Almeida, 2015).

La investigación cualitativa por su parte se enfocó en la obtención de datos no cuantificables basados en la observación, cuyo propósito fue cualificar y describir el objeto de estudio, tratando de entender sus propiedades y dinámica para así conceptualizar la realidad a partir de datos obtenidos de la población, mientras que el estudio cuantitativo se fundamentó en la recolección de datos cuantificables que fueron analizados a través del estudio de las relaciones que se presentaron entre las variables, de esta manera, se estableció pautas de comportamiento (Bernal, 2010)

La investigación de naturaleza mixta implicó recolección de datos tanto cualitativos como cuantitativos, generó inferencias cualitativas, cuantitativas y metainferencias, se utilizó el muestreo probabilístico guiado por el propósito, es decir, a conveniencia. Este tipo de investigación tuvo varios beneficios como la obtención de datos ricos en detalles y variados, contó con mayor solidez y rigor, así como también con una perspectiva más amplia y profunda que intentó abarcar todos los detalles del objeto de estudio. Al tomar en cuenta tanto datos cuantitativos como cualitativos, se obtuvo un estudio con mayor precisión puesto que contrastó la información obtenida en ambos estudios, mientras que el estudio cuantitativo mostró cómo se relacionan las variables, el cualitativo indicó las razones de por qué se relacionan debido a que tomó en cuenta las explicaciones de los sujetos de

estudio, además permitió un entendimiento con mayor profundidad de sus respuestas dadas al instrumento de investigación (Muñoz Poblete, 2013)

La investigación mixta tuvo cinco propósitos los cuales se detallan a continuación; la triangulación la cual se refiere a la búsqueda de la corroboración de resultados, la complementariedad es decir el incremento de información acerca de los resultados obtenidos, la iniciación que dio lugar al descubrimiento de contradicciones, el desarrollo donde los resultados de uno de los enfoques ayudaron a explicar los resultados del otro enfoque y la expansión donde cada componente fue analizado por separado (Guelmes Valdés & Nieto Almeida, 2015).

## **2.2. Alcance de la investigación**

Según Sampieri (2014) el tipo de estudio depende del alcance de la investigación, por ende, la investigación en este trabajo fue de clase descriptiva, puesto que se basó en la descripción de características, propiedades y representación de una imagen clara del objeto estudiado, no buscó relacionar las variables sino más bien solo recolectar la información para conceptualizar cada una de ellas.

Este tipo de investigación puede ser más o menos profunda dependiendo del número de atributos que se desee conocer del objeto de estudio, en este caso fueron las mujeres emprendedoras del Distrito Metropolitano de Quito el objeto de estudio, por lo que los atributos que se estudiaron fueron sus características.

Además, cabe resaltar que este tipo de investigación contó con varias ventajas, entre ellas se encontró la posibilidad de observar el objeto de estudio en un ambiente sin cambios, la facilidad de integrar tanto datos cuantitativos como cualitativos y requerir menor tiempo en comparación de una investigación totalmente cuantitativa (Hernández Sampieri, 2006).

## **2.3. Diseño de la investigación**

Dentro de las investigaciones de tipo mixto es necesario que el investigador determine que factor tendrá más peso el cualitativo o el cuantitativo, o a su vez sí tendrán el mismo peso (Hernández Sampieri, 2014). Para el caso específico del presente estudio se dio prioridad a la parte cuantitativa es decir será un estudio de tipo CUAN-cual.

El presente trabajo de investigación se dio en dos etapas, la primera donde se realizó una encuesta a las emprendedoras del Distrito Metropolitano de Quito para determinar las características que las definen y que obstáculos han tenido que superar. Para la segunda etapa se realizó entrevistas a los representantes de varias instituciones que promueven los

emprendimientos, así como también a varias representantes de los emprendimientos, de esta manera, se pudo contrastar las respuestas dadas por cada grupo.

Para el levantamiento de datos, se utilizó el diseño de triangulación concurrente (DITRIAC), el mismo que permitió recolectar datos cuantitativos y cualitativos simultáneamente lo cual benefició a la investigación ya que permitió realizar las dos etapas a la vez y ahorrar tiempo en comparación a otros diseños donde se recolecta la información de manera secuencial (Hernández Sampieri, 2014). Además, este método permitió la realización de una validación cruzada, es decir, la corroboración de la información obtenida cuantitativamente con la obtenida cualitativamente, teniendo como resultado una interpretación completa en base a los dos tipos de datos (Hernández Sampieri, 2014).

Así mismo, el estudio fue de tipo no experimental, debido a que se buscó describir y definir al sujeto en estudio en su estado natural, mas no provocar situaciones de cambio ni manipular las variables para observar su reacción. Según Sampieri (2014) este diseño de la investigación tiene el objetivo de contestar la pregunta de investigación y llevar a cabo los objetivos específicos planteados. En el presente trabajo se utilizó este diseño como medio para proporcionar evidencia que sustente el planteamiento de la caracterización de las mujeres emprendedoras de la ciudad de Quito.

### **2.3.1. Descripción de la población**

La población estuvo conformada por los emprendimientos de mujeres del DMQ, que se encontraron en la base de datos de la Superintendencia de Compañías y en el Banco de ideas del SENECYT.

Para el caso de la Superintendencia de Compañías, se tomó a las microempresas creadas en los últimos 5 años, que hayan sido fundadas por mujeres, y que pertenezcan al DMQ, y en el caso del Banco de ideas, donde todos los inscritos son emprendimientos, se filtró por género femenino e igualmente que pertenezcan al DMQ. Se realizó la unión de las dos bases de datos, ya que poseían las mismas características y se eliminó aquellos datos repetitivos, es decir aquellos cuyo email de contacto y tema de emprendimiento era el mismo.

Para el caso de las entrevistas la población estuvo conformada por dos grupos, gobierno y emprendimientos, por parte del gobierno se encontró la SENECYT como entidad regulatoria de las universidades y ConQuito como entidad de apoyo a los emprendimientos, y por parte de los emprendimientos estuvieron algunas de las representantes de los emprendimientos no utilizados en la muestra de las encuestas.

### 2.3.2. Muestra

Por lo tanto, para el cálculo de la muestra de las encuestas se manejó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{e^2(N - 1) + Z^2PQ}$$

Donde:

n: Tamaño muestral

N: Total de la población

Z: Nivel de confianza

P: Proporción poblacional

Q: Proporción poblacional

e: Error de estimación

Para el análisis se consideraron los siguientes aspectos:

- Un nivel de confianza del 95%, el cual representa un valor de Z de 1.96, se tomó este valor al ser el más utilizado en estadística en distribución normal.
- El nivel de heterogeneidad para P y Q fue del 50%, debido que al no tener toda la información es la proporción esperada y la más usada en probabilidad.
- El error fue de 5%, al ser él comúnmente usado.

Por lo tanto, el tamaño muestral fue el siguiente:

**Tabla 3 –Tamaño muestral**

PARÁMETROS	EMPRENDEDORAS
N	1504
Z	1.96
P	50%
Q	50%
E	5%
N	306

## **2.4. Herramienta de recolección de datos**

Según Sampieri (2014) la recolección de datos comprende la técnica que se utilizará para conseguir la información, lo que implica definir las fuentes de donde se conseguirán los datos. Tanto el método cuantitativo y cualitativo tiene sus propias herramientas que permiten la recolección de los datos dependiendo del objetivo del investigador, en el caso del presente trabajo se tuvo como técnica de recolección de datos las encuestas y entrevistas.

Las encuestas se escogieron porque son una herramienta que permiten recolectar tanto datos cuantitativos como cualitativos dependiendo de tipo de pregunta utilizada, la intención de estas fue obtener un perfil que describa a la población y no solo a pocos individuos, de esta forma, se estandarizó el proceso de recopilación de datos dando como resultado la facilidad de análisis de estos (Bernal, 2010). El diseño de cada una de las preguntas tuvo como propósito recolectar la mayor información posible para así poder cumplir con el objetivo de la investigación (Bernal, 2010). Esta herramienta fue utilizada en la etapa número 1 de la investigación.

En el caso de las entrevistas se escogieron ya que posibilitaron obtener información cualitativa mediante una lista de preguntas basadas en el tema de investigación, así como también permitieron plantear nuevas preguntas que se originaron en el momento en que se realizó la entrevista (Hernández Sampieri, 2014). Existen tres tipos de entrevistas, la estructurada, no estructurada y la semiestructurada, para el caso específico del presente trabajo se utilizó la entrevista semiestructurada la cual dio la oportunidad al sujeto de estudio de expresarse con mayor flexibilidad y libertad (Hernández Sampieri, 2014). Esta herramienta fue utilizada en la segunda etapa de la investigación, la parte cuantitativa.

### **2.4.1. Encuesta**

Para el caso de la formulación de la encuesta se utilizó la encuesta planteada por Cabana Vilca, Cortes Castillo, Plaza Pasten, Castillo Vergara y Álvarez Marín en su publicación (Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior), cuyo objeto de estudio es el potencial emprendedor y donde se toman en cuenta las siguientes variables: Datos demográficos, Identificación de oportunidades, Proactividad, Creatividad, Visión, Habilidades Administrativas, Capacidades Interpersonales, Trabajo en Equipo, Participación, Comunicación, Liderazgo,



Adaptabilidad, Capacidades frente al riesgo, Sentido del riesgo, Confianza, Actitud del Emprendedor, Constancia, Compromiso, Pasión y Motivación (Cabana-Villca et al., 2013). El muestreo para las encuestas fue de tipo aleatorio simple, ya que todos los individuos de la población, emprendedoras del Distrito Metropolitano de Quito, fueron homogéneas respecto a los objetivos del presente estudio, por lo tanto, de esta manera, la oportunidad de ser seleccionada fue equitativa, sin haber dado preferencia a ninguna.

El cuestionario utilizado para esta etapa presentó 61 preguntas, de las cuales 20 están agrupadas para medir el potencial emprendedor, 10 para conocer las motivaciones que tuvieron al momento de emprender, y 10 para conocer las barreras que han enfrentado antes y durante el proceso de emprender.

El cuestionario se dividió en secciones para obtener una presentación más ordenada que permitió facilitar la recolección de datos y el análisis de estos, la encuesta se dividió en 4 secciones, las cuales guardan relación con los objetivos a estudiados.

1. Datos demográficos
2. Potencial emprendedor
3. Motivaciones para emprender
4. Barreras para emprender

En la tabla 4 se muestra la operacionalización de variables que fueron objeto de estudio en la investigación, así como también los ítems (preguntas) que corresponden a cada indicador. Así mismo, en la tabla 5 se muestran los conceptos de cada uno de los indicadores.

**Tabla 4** –Operacionalización de variables

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Objetivos</b>
<b>Atributos del emprendedor</b>	Cualidades que posee el emprendedor	Identificación de oportunidades	6, 7, 8, 9, 10, 33.1	Describir los elementos demográficos y potencial emprendedor.
		Proactividad	11	
		Creatividad	12, 13	
<b>Capacidades interpersonales</b>	Conjunto de comportamientos y hábitos que	Visión	18	
		Habilidades administrativas	14, 15, 16, 17	

<b>del emprendedor</b>	posee una persona para relacionarse con otras.	Trabajo en equipo	33.2, 33.5, 33.10	
		Participación	29, 30, 31, 32, 33.14	
		Comunicación	19, 20	
		Liderazgo	21, 27, 33.4, 33.20	
		Adaptabilidad	22, 33.12	
<b>Capacidades del emprendedor frente al riesgo</b>	Conjunto de aptitudes que posee un individuo frente a una situación de incertidumbre.	Sentido del Riesgo	23, 24, 25	
		Confianza	33.13, 33.15	
<b>Actitud del emprendedor</b>	Forma de comportarse de un individuo.	Constancia	26, 28, 33.7, 33.17, 33.18	
		Compromiso	33.11	
		Pasión	33.6, 33.9, 33.16	
		Motivación	33.3, 33.19,34	Describir las principales motivaciones que las han incentivado a emprender.
<b>Barreras para emprender</b>	Obstáculos o impedimentos que se presentan para interferir el curso normal de una situación.		35	Conocer las barreras que han tenido que enfrentar en el ámbito personal, administrativo y legal para poder emprender.

Elaborado por: El autor

**Tabla 5 –Definición indicadores**

Indicadores	Definición conceptual
-------------	-----------------------

<b>Identificación de oportunidades</b>	Capacidad que posee el individuo para percibir las oportunidades del mercado y aprovecharlas a tiempo
<b>Proactividad</b>	Disposición de dedicar esfuerzo y varias horas de trabajo para conseguir lograr un objetivo
<b>Creatividad</b>	Capacidad que posee un individuo para crear algo nuevo o generar un cambio a algo existente
<b>Visión</b>	Capacidad para crear una imagen de como desea estar en el futuro

<b>Habilidades administrativas</b>	Capacidades que posee el emprendedor para dirigir el emprendimiento y asegurar su crecimiento y estabilidad
<b>Trabajo en equipo</b>	Capacidad que tiene un individuo para socializar, interactuar y realizar actividades con otras personas
<b>Participación</b>	Capacidad de una persona para mantenerse diligente, en todas las actividades planificadas
<b>Comunicación</b>	Capacidad de escuchar y expresar sus ideas de forma clara y precisa
<b>Liderazgo</b>	Capacidades gerenciales que posee una persona para influir en la forma de actuar de un grupo
<b>Adaptabilidad</b>	Capacidad para adaptarse a los cambios que se presenten en cualquier ámbito
<b>Sentido del Riesgo</b>	Capacidad para tomar decisiones en base al riesgo calculado, basado en información recabada con anterioridad
<b>Confianza</b>	Capacidad para realizar las actividades a pesar de las críticas y situaciones adversas que se presenten, y disposición a aceptar el fracaso
<b>Constancia</b>	Capacidad para fijar metas y persistir hasta alcanzarlas
<b>Compromiso</b>	Capacidad de responsabilizarse de las actividades fijadas hasta realizarlas, sin desistir de ellas
<b>Pasión</b>	Sentimiento de satisfacción que posee una persona al trabajar en lo que le gusta

Modificado de (Alcaraz, 2017; Bolbao & Pachano, 2002; Marketing et al., 2018)

Un cuestionario antes de ser aplicado a la muestra debe garantizar que cumple con los criterios de confiabilidad y validez, de este modo la encuesta debe pasar por un juicio de expertos, así como por una prueba piloto a un porcentaje de la muestra (Hernández Sampieri, 2014). La encuesta presentada se sometió a una prueba piloto con el 10% de la muestra total, en este caso 31 encuestas gracias a las cuales se pudo realizar los cambios pertinentes para obtener el modelo de encuesta final utilizado que se puede visualizar en el Anexo 1.

La confianza de la herramienta de levantamiento de información se la midió de acuerdo con el coeficiente alfa de Cronbach, el cual demuestra la homogeneidad de los ítems del instrumento, al tener en cuenta que el valor mínimo aceptable es de 0.7 y haber obtenido un 0.89, se puede concluir que el instrumento puede ser aplicado a toda la muestra sin tener la necesidad de realizar cambios, los cálculos realizados se pueden observar en el Anexo 2 (Faustino et al., 2012).

#### **2.4.2. Entrevista**

Las preguntas de las entrevistas fueron basadas en las de la encuesta con lo cual posteriormente las respuestas fueron comparadas y se verificó la similitud existente, además, se logró obtener información con mayor detalle. Las entrevistas realizadas fueron coordinadas por medio de la plataforma Zoom, la cual permite realizar reuniones virtuales y videollamadas desde cualquier lugar del mundo, siendo accesible desde computadoras portátiles, smartphones y tabletas, se optó por esta opción debido a la situación global que actualmente se está enfrentando.

Para las entrevistas se realizó la saturación de categorías, es decir, se dejó de realizar entrevistas una vez que los datos que se receptaban se presentaron como repetitivos, y nuevas entrevistas no aportaban ningún dato nuevo (Hernández Sampieri, 2014). Las preguntas de las entrevistas realizadas fueron modificadas según el tipo de institución al que representaban los entrevistados.

La lista de las personas entrevistadas se presenta a continuación en la Tabla 6, junto a la institución a la que pertenecen.

**Tabla 6** –Personas entrevistadas

N°	Nombre	Institución	Fecha
1	Ing. Gabriel Bermeo MSc	Coordinador de Innovación y Transferencia de Tecnología - Universidad San Francisco de Quito	06-11-2020
2	Ing. Javier Albuja	Coordinador Proyectos de ConQuito	09-11-2020
3	Ing. Andrea Palacios	Te quiero verde	24-11-2020
4	Ing. Carolina Palacios	Yakupura	26-11-2020
5	Sra. Karla Caisachana	Tejidos Carolis	02-12-2020
6	Sra. Cynthia Castellanos	Pink Velvet	03-12-2020
7	Sra. Nathaly Pacheco	Naturalcraft	08-12-2020

Elaborado por: El autor

### **3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En el presente capítulo, una vez tabulados los datos de las encuestas y sintetizada la información de las entrevistas, se muestran los resultados obtenidos y discusiones planteadas.

#### **3.1. Resultados**

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas y entrevistas divididos en las dos etapas cuantitativa y cualitativa.

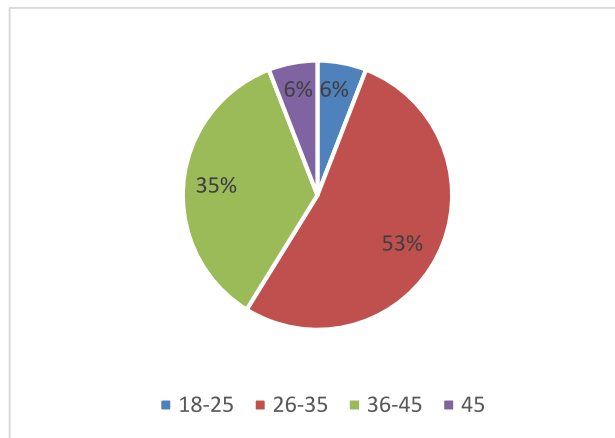
##### **3.1.1. Etapa 1**

En la primera etapa se realizó la encuesta a las mujeres emprendedoras del Distrito Metropolitano de Quito mediante correo electrónico, cuya información se levantó a partir del 6 de Noviembre del 2020 hasta el 14 de Diciembre del mismo año, para lo cual la información será presentada en forma de gráficos y dividida en cada una de las secciones.

##### **Datos demográficos**

Dentro de esta sección se encuentran los aspectos generales de las emprendedoras encuestadas como edad, estado civil, nivel académico, profesión y nombre de su emprendimiento.

##### **1. Edad**

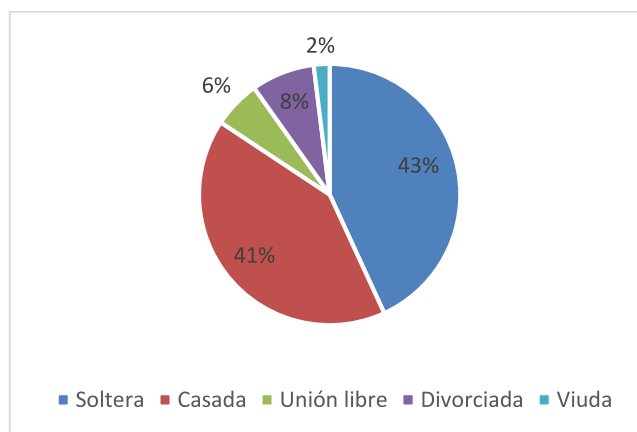


**Figura 3 – Edad de las mujeres emprendedoras**

Elaborado por: El autor

En la figura 3 se resumen las edades de las mujeres emprendedoras encuestadas, donde se observa que son las mujeres cuya edad oscila entre los 36-45 años quienes en su mayoría poseen un emprendimiento, pero cabe recalcar que el grupo de 26-35 años también tiene representatividad dentro de la muestra, y sumados los dos resultados se podría decir que las mujeres de la muestra a partir de los 26 años se interesan por crear su negocio propio.

## 2. Estado civil

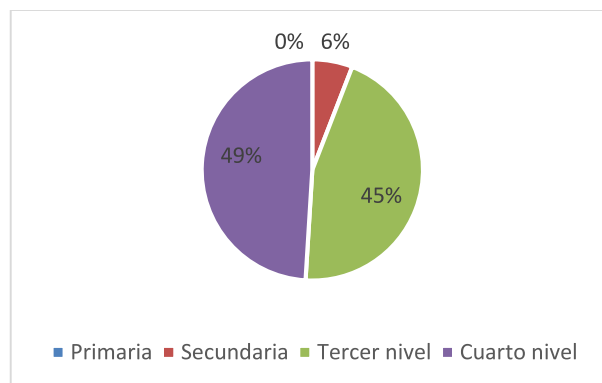


**Figura 4 – Estado civil de las mujeres emprendedoras**

Elaborado por: El autor

En la muestra se observa que son las mujeres solteras quienes en su mayoría han creado emprendimientos mientras que las mujeres viudas o en unión libre son quienes representan la menor cantidad de emprendimientos (figura 4).

### 3. Grado académico



**Figura 5** – Grado académico de las mujeres emprendedoras

Elaborado por: El autor

Del grupo encuestado de mujeres el 49%, posee un título de cuarto nivel y por ende son mujeres formadas profesionalmente quienes en su mayoría optan por crear sus emprendimientos (figura 5).

### 4. Profesiones

Dentro de la muestra de mujeres encuestadas se encontró gran variedad de profesiones, por lo que en la siguiente nube de palabras se muestran aquellas que se presentaron con mayor frecuencia.



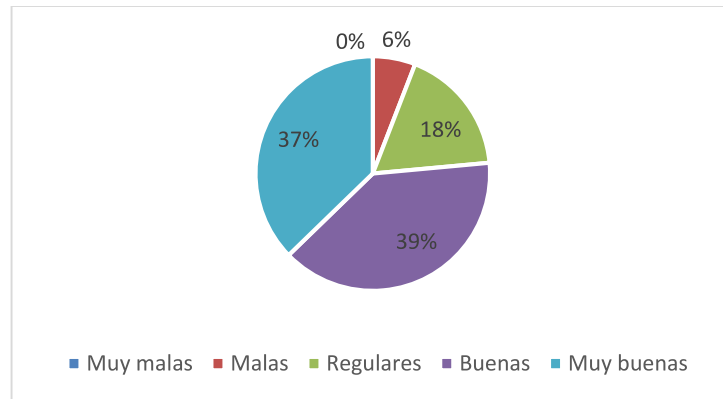
**Figura 6** – Nube de palabras profesiones

Elaborado por: El autor

**Potencial emprendedor**



5. A su juicio ¿Cómo clasificaría sus habilidades para identificar oportunidades de negocio?

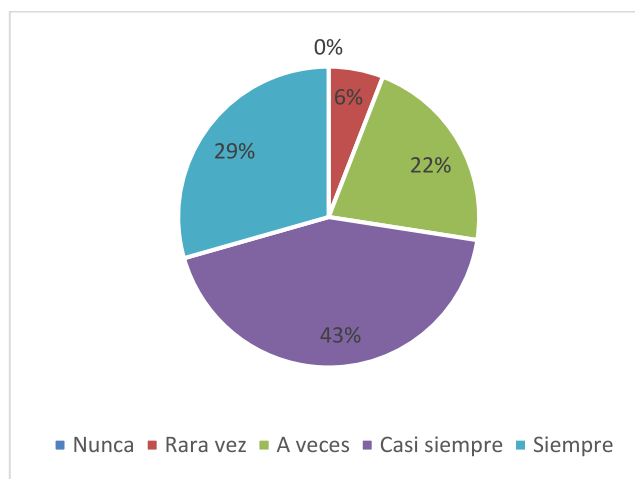


**Figura 7** – Nivel de habilidades para identificar oportunidades de negocio

Elaborado por: El autor

En la figura 7 se muestran los resultados respecto a la percepción personal que tienen las mujeres sobre sus propias habilidades para reconocer oportunidades en el mercado, cuyo resultado muestra que la mayoría de las mujeres encuestadas considera tener buenas habilidades, sin embargo, existe un pequeño grupo que considera que sus habilidades son malas.

6. ¿Usted está constantemente observando su entorno para identificar oportunidades de negocios?

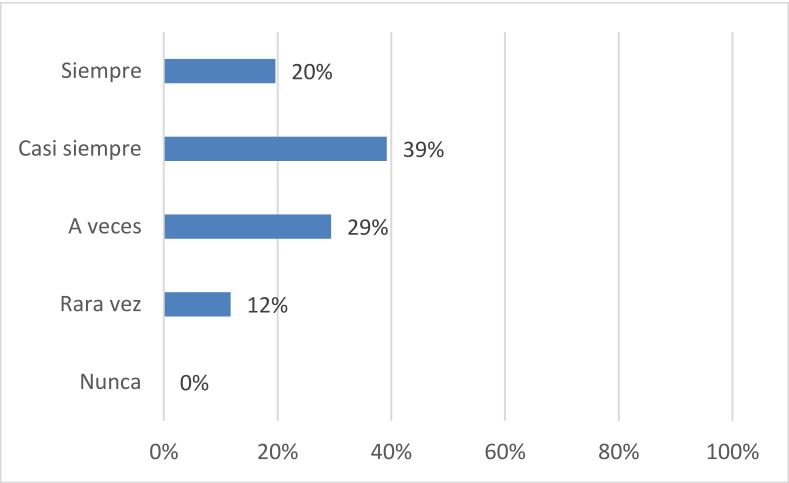


**Figura 8** – Observación del entorno para la identificación de oportunidades de negocio

Elaborado por: El autor

Más del 70% de la muestra de las mujeres encuestadas consideran estar siempre alertas respecto a los cambios o sucesos que se den en el entorno, mismos que pueden ser positivos para su proyecto en curso o para la creación de un nuevo negocio, y tan solo un pequeño grupo que representa el 6% rara vez se encuentran alerta a los cambios de su entorno (figura 8).

7. ¿Usted ha identificado alguna oportunidad de negocio en el transcurso de su vida?

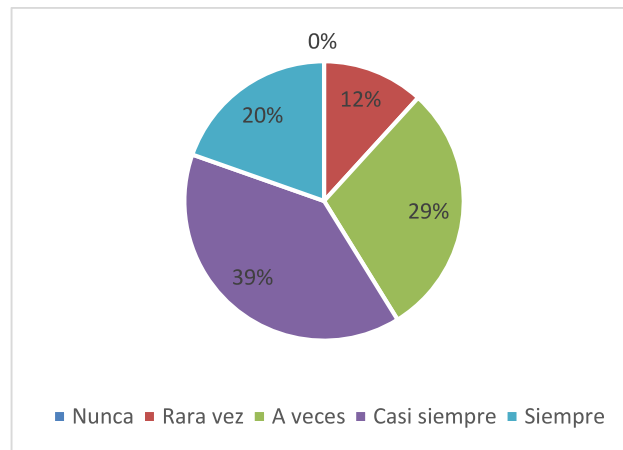


**Figura 9** – Oportunidades de negocio identificadas a lo largo de la vida de las emprendedoras

Elaborado por: El autor

Más del 50% de las emprendedoras encuestadas consideran haber identificado varias oportunidades de negocio en el transcurso de su vida, y solo el 12% asegura que rara vez ha logrado identificar dichas oportunidades (figura 9).

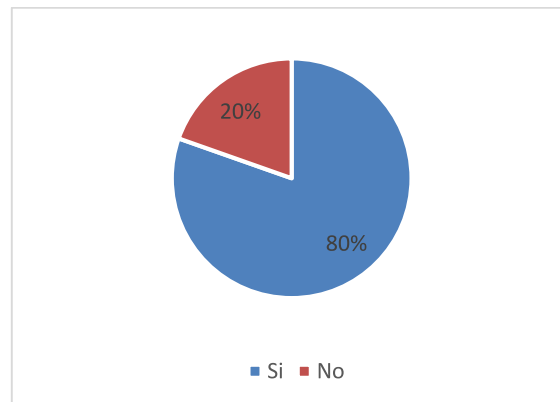
8. Al identificar una oportunidad de negocio ¿Usted es capaz de proyectar a largo plazo dicha idea?



**Figura 10 – Proyección de las oportunidades de negocio**  
Elaborado por: El autor

La figura 10 muestra que más de la mitad de las mujeres emprendedoras consideran que siempre pueden proyectar su idea de negocio a largo plazo, mientras que un 6% del grupo de encuestadas afirma que rara vez logra proyectar sus ideas a futuro.

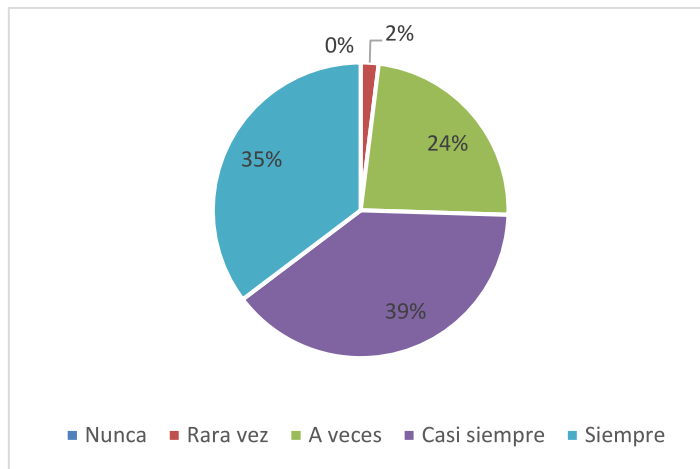
9. ¿Usted ha sido capaz de desarrollar esas oportunidades de negocio? Sin tomar en cuenta su actual emprendimiento.



**Figura 11 – Desarrollo de las oportunidades de negocio**  
Elaborado por: El autor

El 80% de las mujeres encuestadas han logrado desarrollar varias de sus ideas de negocio en el transcurso de su vida, sin tomar en cuenta su emprendimiento actual (figura 11).

10. Cuando usted trabaja en un proyecto o emprendimiento ¿Considera importante dedicar tiempo extra para tratar de mejorar los resultados?

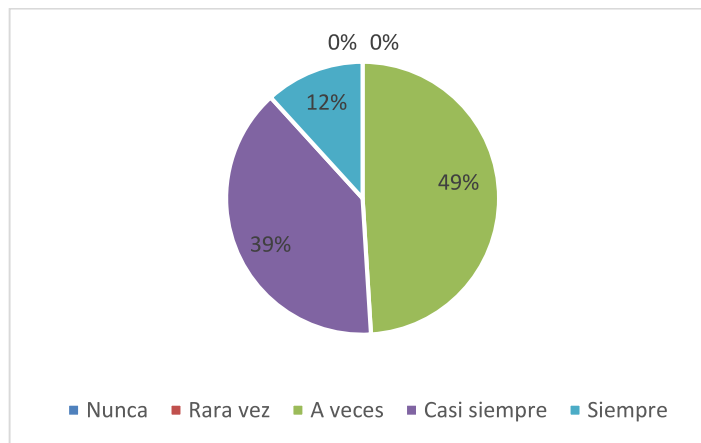


**Figura 12** – Importancia de dedicar tiempo para mejorar resultados de un proyecto/emprendimiento

Elaborado por: El autor

Más de la mitad de las mujeres encuestadas consideran que es muy importante dedicar tiempo extra para el buen desenvolvimiento y mejoramiento de sus proyectos mientras que solo el 2% considera que rara vez es importante dedicar mayor tiempo (figura 12).

11. ¿Cuándo se le presenta un problema o tarea, lo resuelve con soluciones originales?

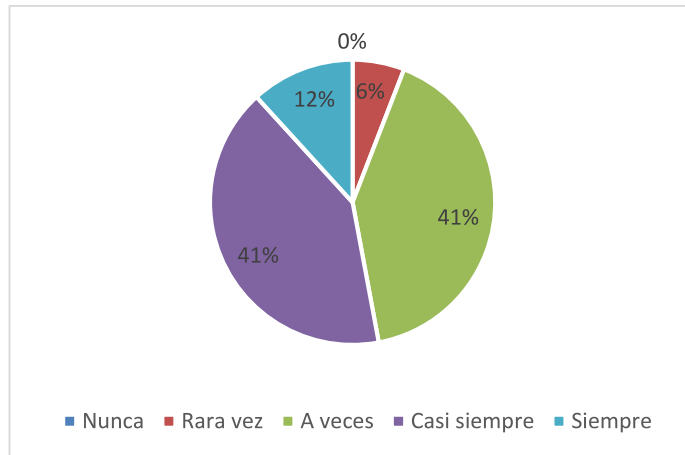


**Figura 13** – Resolución de problemas con soluciones originales

Elaborado por: El autor

La figura 13 muestra que el 49% de las mujeres usualmente resuelven los problemas que se les presentan con soluciones originales, mientras que el 51% considera que siempre soluciona los problemas con soluciones diferentes a las normalmente tomadas.

12. Ante un problema, ¿Cree que realiza cosas que los demás no hacen para resolverlo?

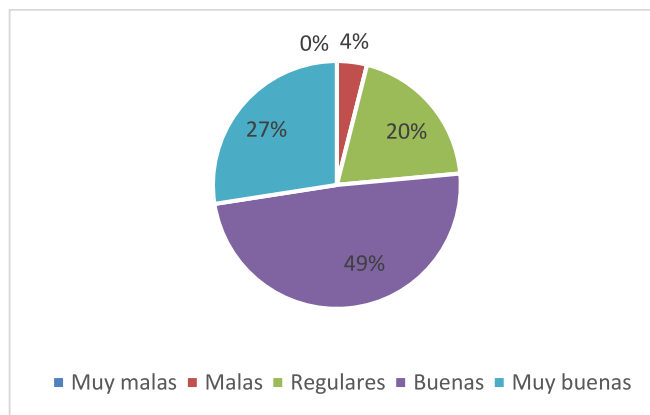


**Figura 14** – Creatividad en la resolución de problemas

Elaborado por: El autor

Más de la mitad del grupo de encuestadas consideran resolver creativamente los problemas que se les presentan, mientras que el 6% de encuestadas cree resolver los conflictos de manera tradicional (figura 14).

13. A su juicio, ¿Cómo clasificaría su nivel de habilidades administrativas (planificar, organizar, dirigir y controlar) para crear un emprendimiento?

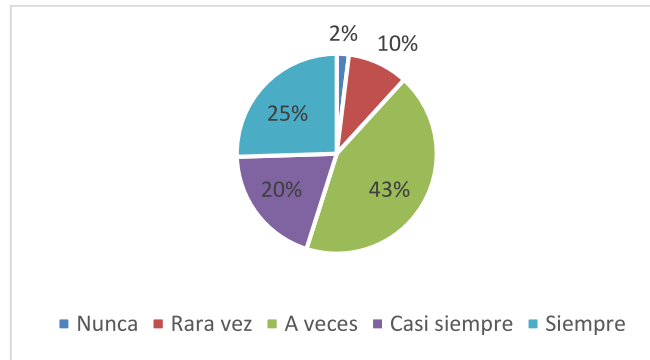


**Figura 15** – Nivel de habilidades administrativas

Elaborado por: El autor

El 49% de las mujeres encuestadas afirman que poseen buenas habilidades para planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se relacionen con su emprendimiento, mientras que por otro lado el 4% consideran que no poseen las habilidades necesarias para encargarse de los aspectos administrativos de su negocio (figura 15).

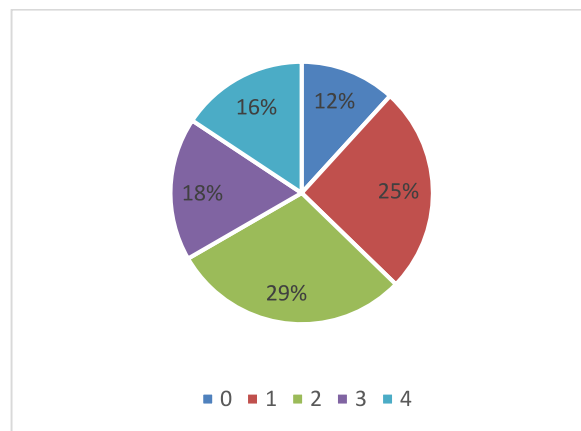
14. ¿Ha participado en actividades específicas encaminadas a despertar su espíritu emprendedor, como, por ejemplo: charlas, seminarios, ferias empresariales o visitas a empresas?



**Figura 16 – Asistencia a capacitaciones**  
Elaborado por: El autor

En la figura 16 se resume el nivel de asistencia de las mujeres emprendedoras a eventos de capacitación como son charlas, seminarios y ferias empresariales, donde se denota que la mayoría con un 43% a veces asiste a este tipo de eventos y las mujeres que procuran asistir siempre representan el 45%, por el contrario, el 2% afirma que nunca asiste a este tipo de eventos.

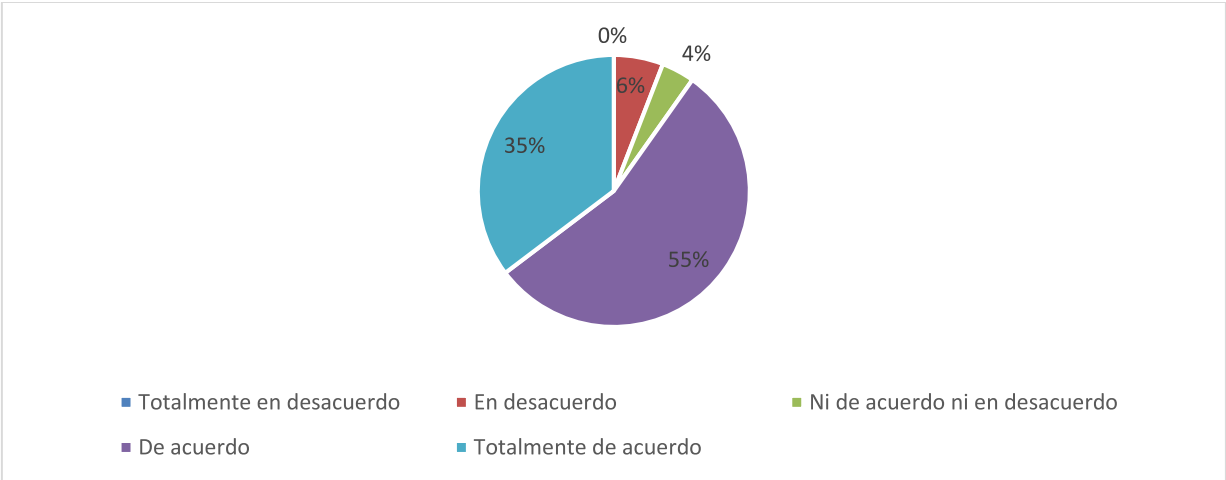
15. En los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces asistió a los eventos nombrados en la pregunta anterior?



**Figura 17 – Número de capacitaciones asistidas**  
Elaborado por: El autor

Solo el 16% de las mujeres que pertenecen a la muestra han asistido a 4 o más eventos de capacitación durante los 12 últimos meses, sin embargo, el 29% y 25% han asistido por lo menos 1 vez, por lo tanto, en su gran mayoría las mujeres emprendedoras de la muestra han procurado recibir algún tipo de capacitación durante el año (figura 17).

16. En referencia a la pregunta anterior. ¿Estas actividades son instancias que aportan información, herramientas y conocimientos para emprendedores y potenciales emprendedores?

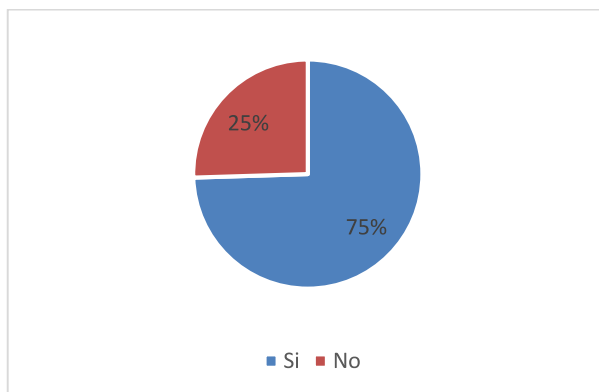


**Figura 18 – Percepción de las capacitaciones**

Elaborado por: El autor

La figura 18 nos indica la percepción que tienen las mujeres encuestadas acerca de la asistencia a los eventos de capacitación, más de la mitad de estas está de acuerdo que estos eventos aportan información y herramientas valiosas para el mejor tanto el desarrollo del emprendimiento como de sí mismas.

17. ¿Usted conoce organismos relacionados con la creación o desarrollo de emprendimientos, como incubadoras y/o aceleradoras de negocios en el Distrito Metropolitano de Quito?

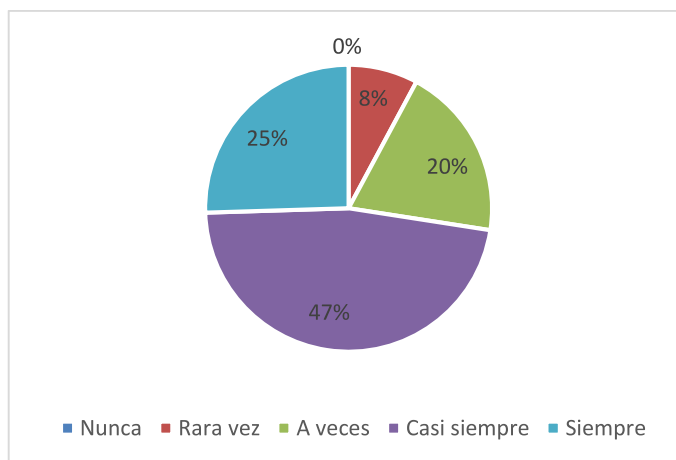


**Figura 19** – Nivel de conocimiento de la existencia de organismos de apoyo al emprendimiento

Elaborado por: El autor

Un cuarto de las emprendedoras encuestadas desconoce de los programas o instituciones disponibles para el desarrollo de emprendimientos, posiblemente esto se dé por la falta de difusión por parte de las instituciones, así como por la falta de investigación por parte de las emprendedoras (figura 19).

18. ¿Usted, defiende sus posturas hábilmente respetando a los demás cuando se encuentra en una discusión o debate?



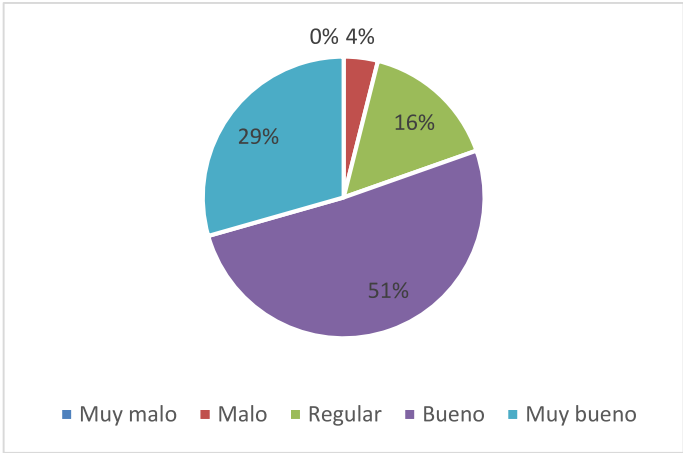
**Figura 20** – Nivel de habilidad para manejar una discusión o debate de las emprendedoras

Elaborado por: El autor



En la figura 20 se muestran los resultados de la percepción que poseen las mujeres emprendedoras respecto a su habilidad de manejar, enfrentar o resolver una discusión o debate, la mayoría está de acuerdo con que maneja hábilmente dichas situaciones, sin embargo, una pequeña proporción de la muestra asume que rara vez logra controlarlas hábilmente.

19. A su juicio, ¿Cómo clasificaría su nivel de comunicación?

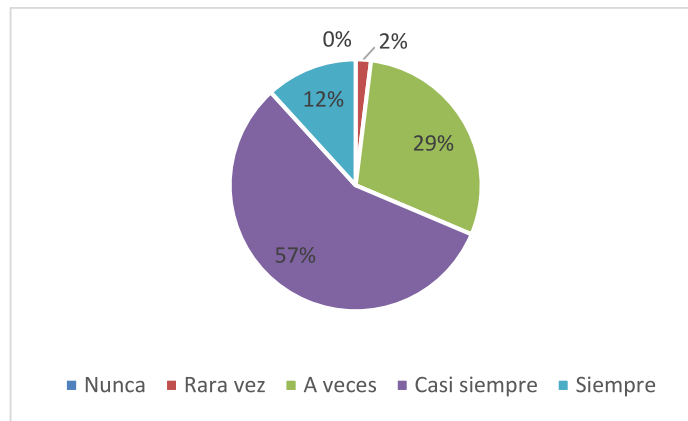


**Figura 21** – Nivel de comunicación de las emprendedoras

Elaborado por: El autor

La mayoría de las mujeres emprendedoras encuestadas consideran que sus habilidades de comunicación son buenas, es decir, se pueden expresar de forma clara para el oyente, sin embargo, existe un 4% que asegura que sus habilidades de comunicación son malas (figura 21).

20. ¿Las personas de su entorno suelen aceptar y seguir sus ideas u opiniones?

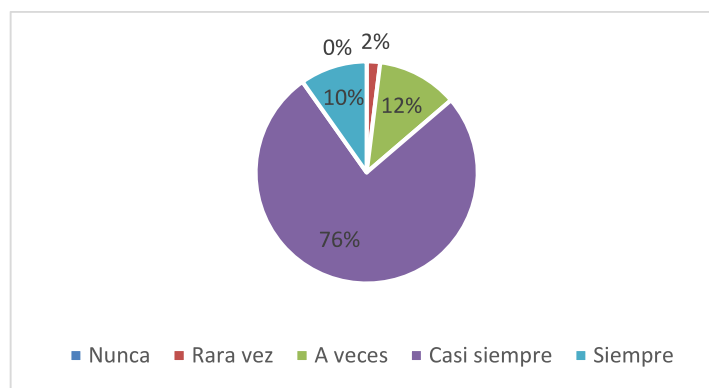


**Figura 22** – Nivel de liderazgo de las emprendedoras

Elaborado por: El autor

En la figura 22 se muestran los resultados acerca del nivel de aceptación que poseen las mujeres emprendedoras en su equipo de trabajo, en cuanto a ideas u opiniones, donde se observa que el 69% de las mujeres aseguran que su equipo de trabajo usualmente acepta sus ideas, sin embargo, existe un 2% que considera que sus opiniones son rara vez aceptadas fácilmente.

21. ¿Usted posee la capacidad de adaptarse ante nuevas situaciones que compliquen su estabilidad?

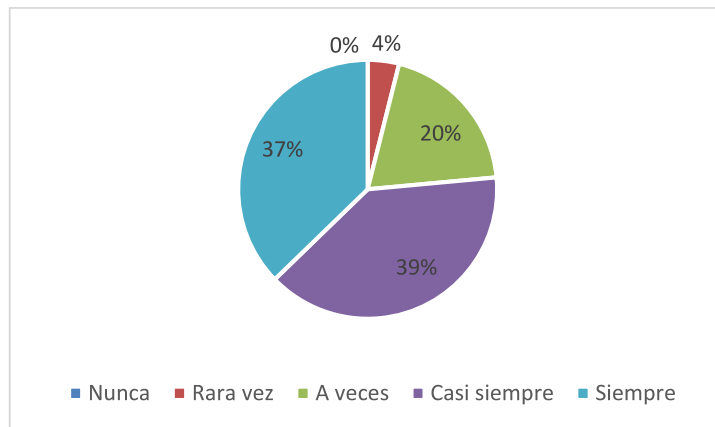


**Figura 23** – Capacidad de adaptación ante nuevas situaciones

Elaborado por: El autor

Casi el 90% de la muestra considera que si tiene la capacidad de adaptarse a nuevas situaciones que puedan cambiar el estado de su actual situación, cabe notar que solo al 2% se le es complicado adaptarse a situaciones nuevas (figura 23).

22. ¿Usted renunciaría a parte de su tiempo libre o familiar para emplearlo en desarrollar un emprendimiento?

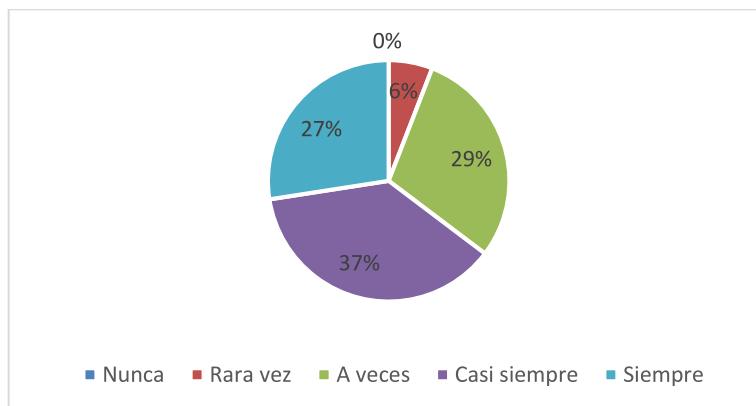


**Figura 24** – Nivel de inversión de tiempo en un emprendimiento

Elaborado por: El autor

La mayoría de las mujeres encuestadas si están dispuestas a renunciar a su tiempo libre o familiar por dedicarlo al desarrollo y crecimiento de su negocio propio, sin embargo, existe un 4% que afirma que rara vez invertiría este tiempo en beneficio de su emprendimiento (figura 24).

23. ¿Usted renunciaría a su estabilidad económica, con el fin de levantar y ejecutar un proyecto propio?

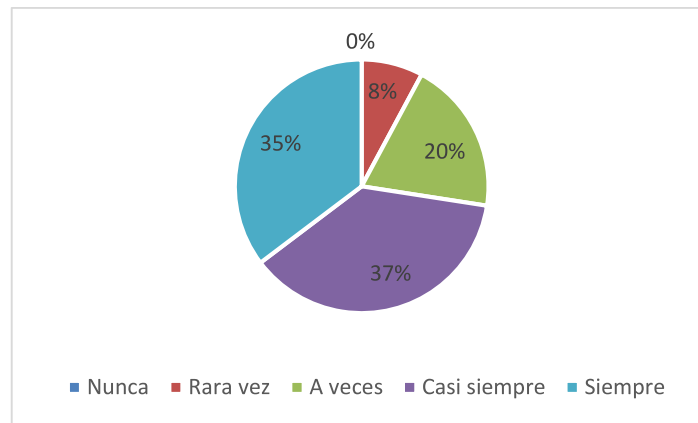


**Figura 25** – Capacidad de renunciar a la estabilidad económica por un emprendimiento

Elaborado por: El autor

En la figura 25 se evidencia que la mayoría de las mujeres encuestadas están dispuestas a renunciar a su estabilidad laboral para poder invertir todo su tiempo en el crecimiento de su emprendimiento, sin embargo, el 6% rara vez renunciaría a dicha estabilidad por su emprendimiento.

24. ¿Usted invertiría parte de su patrimonio para levantar y ejecutar un proyecto propio?

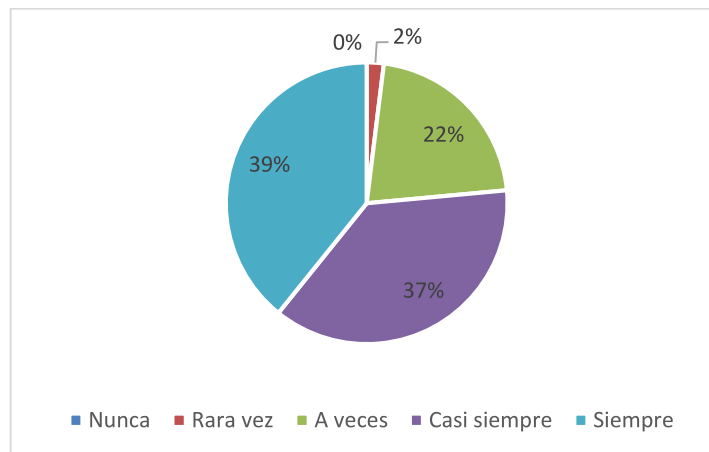


**Figura 26** – Nivel de riesgo de inversión de capital propio

Elaborado por: El autor

El 77% de las emprendedoras encuestadas están dispuestas a invertir su capital propio en pro del desarrollo de su emprendimiento, pero el 8% considera que dependiendo de ciertas pautas podría invertir su propio dinero (figura 26).

25. ¿Trata usted con entusiasmo superar su desempeño pasado en algún trabajo, proyecto académico o actividad?

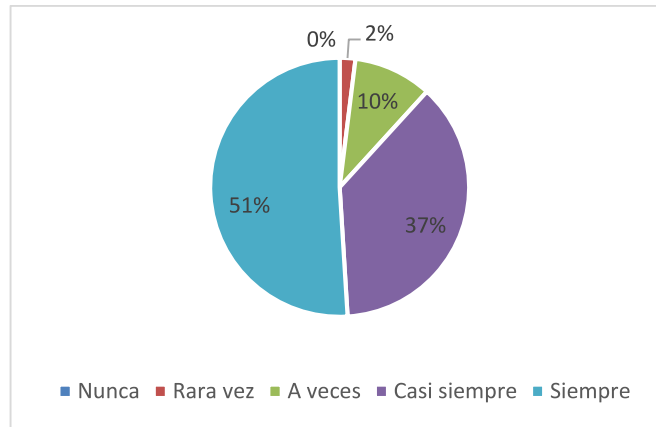


**Figura 27** – Superación del desempeño propio

Elaborado por: El autor

La mayoría de las mujeres del grupo encuestado aseguran siempre tratar de superar su desempeño pasado en algún trabajo, mejorando sus habilidades y procurando siempre dar lo mejor de sí mismas (figura 27).

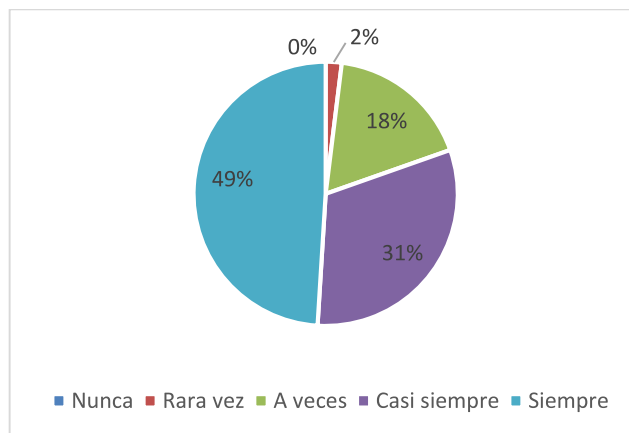
26. ¿Disfruta motivando a los que lo rodean, transmitiendo sus ganas de “hacer” y les expresa su ilusión e interés por las cosas importantes?



**Figura 28** – Nivel de liderazgo al motivar a su equipo de trabajo  
Elaborado por: El autor

Casi todas las mujeres emprendedoras de la muestra afirman que les gusta motivar y transmitir su percepción de algún asunto importante a su equipo de trabajo, sin embargo, existe un 2% de la muestra que asegura motivar a su equipo de trabajo no es la actividad que más disfrutan (figura 28).

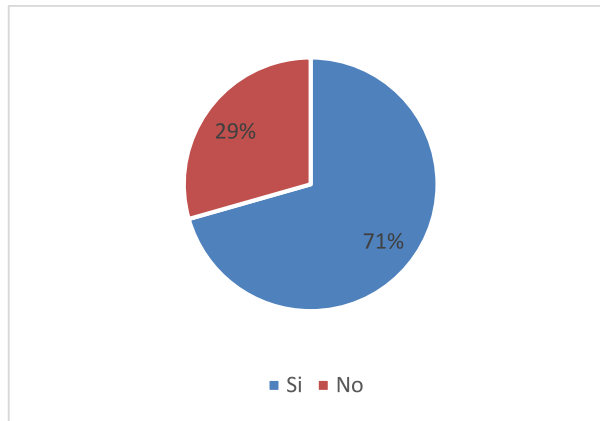
27. ¿Está usted pensando constantemente como mejorar un proyecto o emprendimiento que está desarrollando?



**Figura 29** – Nivel de constancia para la mejoría o crecimiento de un emprendimiento  
Elaborado por: El autor

El 80% de las mujeres encuestadas procuran siempre pensar en hacer y cómo mejorar su emprendimiento, para no dejar que este se quede estancado (figura 29).

28. ¿Usted conoce alguna institución pública que proporcione apoyo financiero para desarrollar un emprendimiento?

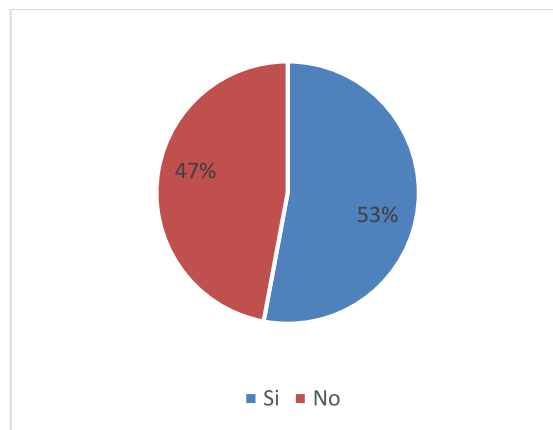


**Figura 30** – Conocimiento de la existencia de entidades públicas en pro del emprendimiento

Elaborado por: El autor

En la figura 30 se observa que el 71% de las mujeres encuestadas tienen conocimiento de la existencia de las instituciones públicas que proporcionan apoyo a los emprendimientos, mientras que el 29% desconocen dichas entidades.

29. ¿Usted ha postulado a algún apoyo financiero público?

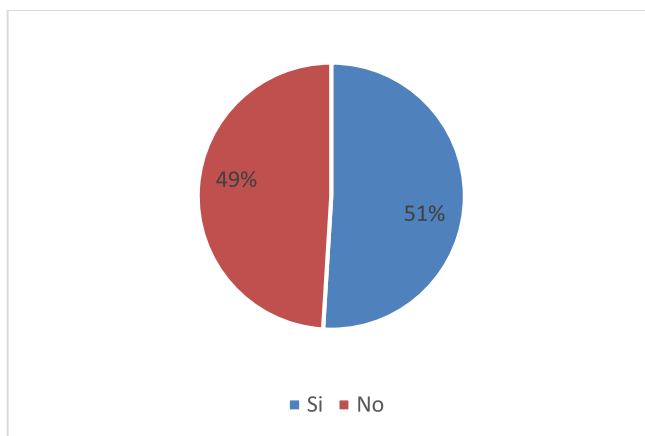


**Figura 31** – Participación en concursos públicos

Elaborado por: El autor

El 53% de las mujeres emprendedoras se ha postulado por lo menos a uno de los concursos impulsados por entidades públicas cuyos fines es la ayuda económica o apoyo en la formación administrativa o productiva del emprendimiento, en contraste el 47% no se ha postulado a ningún tipo de concurso (figura 31).

30. ¿Usted conoce alguna institución privada que proporcione apoyo financiero para desarrollar un emprendimiento?

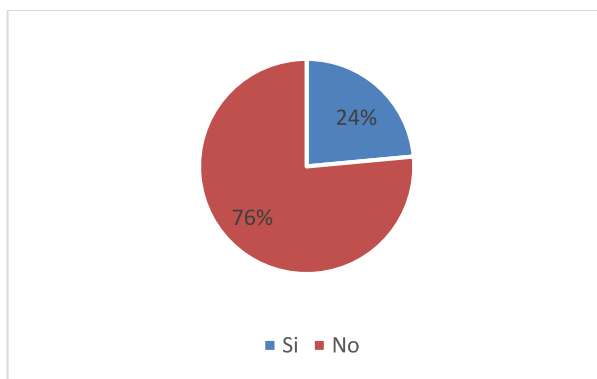


**Figura 32** – Conocimiento de la existencia de entidades privadas en pro del emprendimiento

Elaborado por: El autor

El 51% de las mujeres emprendedoras tienen conocimiento de la existencia de las entidades privadas dedicadas al apoyo de los emprendimientos, y el 49% no tiene ningún tipo de conocimiento respecto a estas entidades (figura 32).

31. ¿Usted ha postulado a algún apoyo financiero privado?



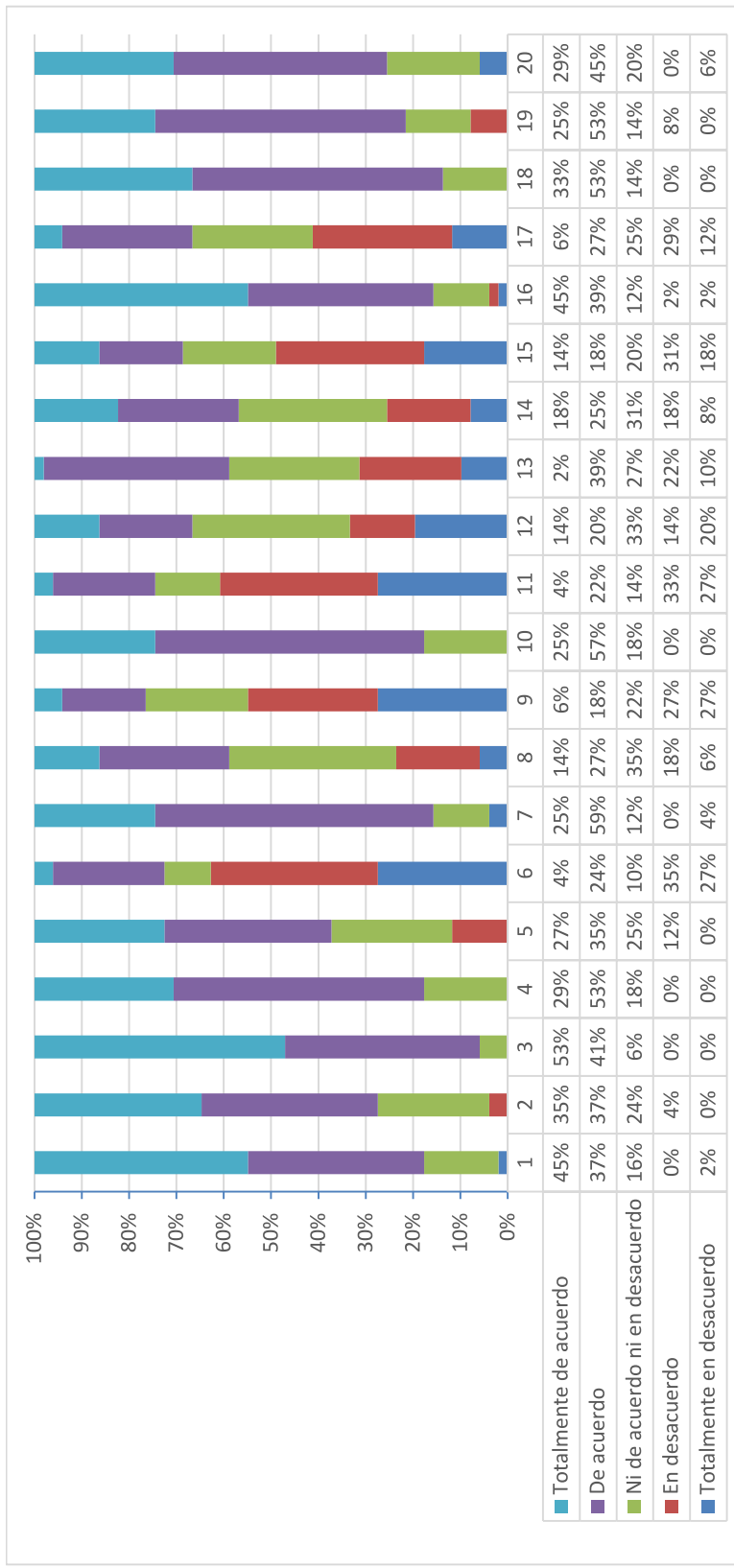
**Figura 33** – Participación en concursos privados

Elaborado por: El autor

El 76% de las mujeres emprendedoras no ha participado en ningún tipo de evento organizado por instituciones privadas en pro del desarrollo de los emprendimientos, y el 24% al menos una vez han participado en algún concurso o evento de índole privada (figura 33).

### Potencial emprendedor

A continuación, se presentan los resultados de la pregunta en escala de Likert con relación al potencial emprendedor. Cada una de las afirmaciones se encuentra con su respectivo análisis.



**Figura 34** – Escala de Likert potencial emprendedor  
Elaborado por: El autor



1. Usted tiene las habilidades para transformar los problemas en oportunidades.  
Para la primera afirmación el 45% de las mujeres emprendedoras afirman que poseen las habilidades necesarias para poder transformar los problemas en oportunidades mientras que en contraste el 2% afirma que no poseen dichas habilidades.

2. Cuando usted trabaja en equipo, genera mejores resultados que sola.  
Para la segunda afirmación el 37% de las mujeres están de acuerdo que generan mejores resultados trabajando en equipo que de manera individual, y solo el 4% no está de acuerdo.

3. Usted es una persona con alto grado de motivación.  
El 94% de las mujeres emprendedoras están totalmente de acuerdo en tener un alto grado de motivación al momento de realizar cualquier tipo de actividad que se propongan.

4. Usted tiene las habilidades necesarias para ser un líder.  
El 53% están de acuerdo en poseer las habilidades necesarias para ser un líder, y el 18% no están seguras de poseer dichas habilidades.

5. Usted al trabajar en un proyecto prefiere trabajar en equipo antes que hacerlo solo.  
Esta afirmación guarda relación con la segunda por lo tanto coincide que el mayor porcentaje de mujeres están de acuerdo en que prefieren trabajar con un equipo antes de realizarlo solas, siendo representado con el 35%, sin embargo, el 27% no está de acuerdo.

6. Usted es una persona con poca energía y capacidad de acción.  
La sexta afirmación hace referencia a la poca energía que puede poseer una persona al momento de trabajar, donde se obtuvo que el 35% de emprendedoras están en desacuerdo y que solo el 4% están totalmente de acuerdo con dicha afirmación

7. Cuando comienza un proyecto, usted siempre lo desarrolla hasta que finaliza.  
El 59% está de acuerdo en que una vez que inician un proyecto o se proponen una meta trabajan en ello hasta conseguirlo, en contraste el 4% considera que no siempre hacen todo por conseguirlo.

8. Se enfoca y enamora siempre de sus desafíos antes que de sus ideas.  
El 27% de las emprendedoras encuestadas están de acuerdo en que se enfocan y enamoran de sus metas primero antes que, de sus ideas, sin embargo, el 35% el cual representa la mayoría no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación, y solo el 6% afirma que primero se enfoca en sus ideas.

9. Los programas y estrategias gubernamentales son suficientes para promover el emprendimiento.  
El 54% de la muestra consideran que los programas y estrategias implantadas por el gobierno no son suficientes para el crecimiento de los emprendimientos.

10. Es importante tener un buen equipo de trabajo al momento de emprender.

La afirmación 10 indica es indispensable tener un buen equipo de trabajo para poder llevar a cabo de una mejor manera un emprendimiento, con la cual están de acuerdo un 67% de la muestra.

11. Usted tiene problemas para asumir responsabilidades al momento de enfrentar una situación compleja.

La mayoría se concentra en estar en desacuerdo respecto a la afirmación de poseer problemas al momento de asumir responsabilidades con un 60%.

12. Actualmente le sería difícil formar un equipo de trabajo para desarrollar un emprendimiento.

El 20% está de acuerdo en que en la actualidad sería complicado formar un equipo para desarrollar un emprendimiento, sin embargo, otro 20% está totalmente de acuerdo en que es posible poder formar un buen equipo de trabajo.

13. Se siente inseguro cuando alguien critica algo que ha realizado.

La afirmación número 13 indica que las críticas recibidas por terceras personas generan inseguridades para lo cual el 39% está de acuerdo y solo el 10% está totalmente en desacuerdo.

14. En su medio, existen redes de contactos con instituciones que promueven el emprendimiento.

El 31% de la muestra no está segura de que existan en su medio una red de contacto con las entidades que promueven el emprendimiento, mientras que un 18% está totalmente seguro de que existen dichas redes de contactos.

15. Usted se considera una persona poco ingeniosa cuando se le presentan situaciones complejas.

El 31% de las emprendedoras consideran ser ingeniosas al momento de enfrentar situaciones complejas en contraste con el 14% que se consideran poco ingeniosas al enfrentar dichas situaciones.

16. Usted tiene el deseo intenso de triunfar en la vida.

El 45% de las encuestadas afirma poseer deseo intenso de triunfar en la vida mientras que solo el 2% considera que no poseen dicho deseo.

17. Si no alcanza sus objetivos en poco tiempo, suele perder el interés.

El 41% de la muestra está totalmente en desacuerdo, ya que consideran ser perseverantes y solo el 6% están de acuerdo.

18. Frente a cualquier situación adversa, usted hace todo lo posible para conseguir su objetivo.

El 53% de la muestra está de acuerdo que en una situación complicada hacen todo lo posible para poder lograr sus metas, resolviendo cualquier obstáculo que se les presente.

19. Los más cercanos a usted lo estimulan constantemente para desarrollar su espíritu emprendedor.

En el punto 19 donde se hace referencia al apoyo que reciben las emprendedoras de parte de sus más allegados el 53% están de acuerdo que durante el proceso de su emprendimiento se han sentido apoyadas.

20. ¿Sus compañeros lo consideran en muchos aspectos como un modelo a seguir porque generalmente toma la iniciativa?

Finalmente, el 45% de las emprendedoras están de acuerdo que los integrantes de su equipo de trabajo las consideran modelos a seguir por siempre tomar la iniciativa.

En la tabla 7 se muestran los promedios de cada escala, respecto al potencial emprendedor.

**Tabla 7** –Promedio potencial emprendedor

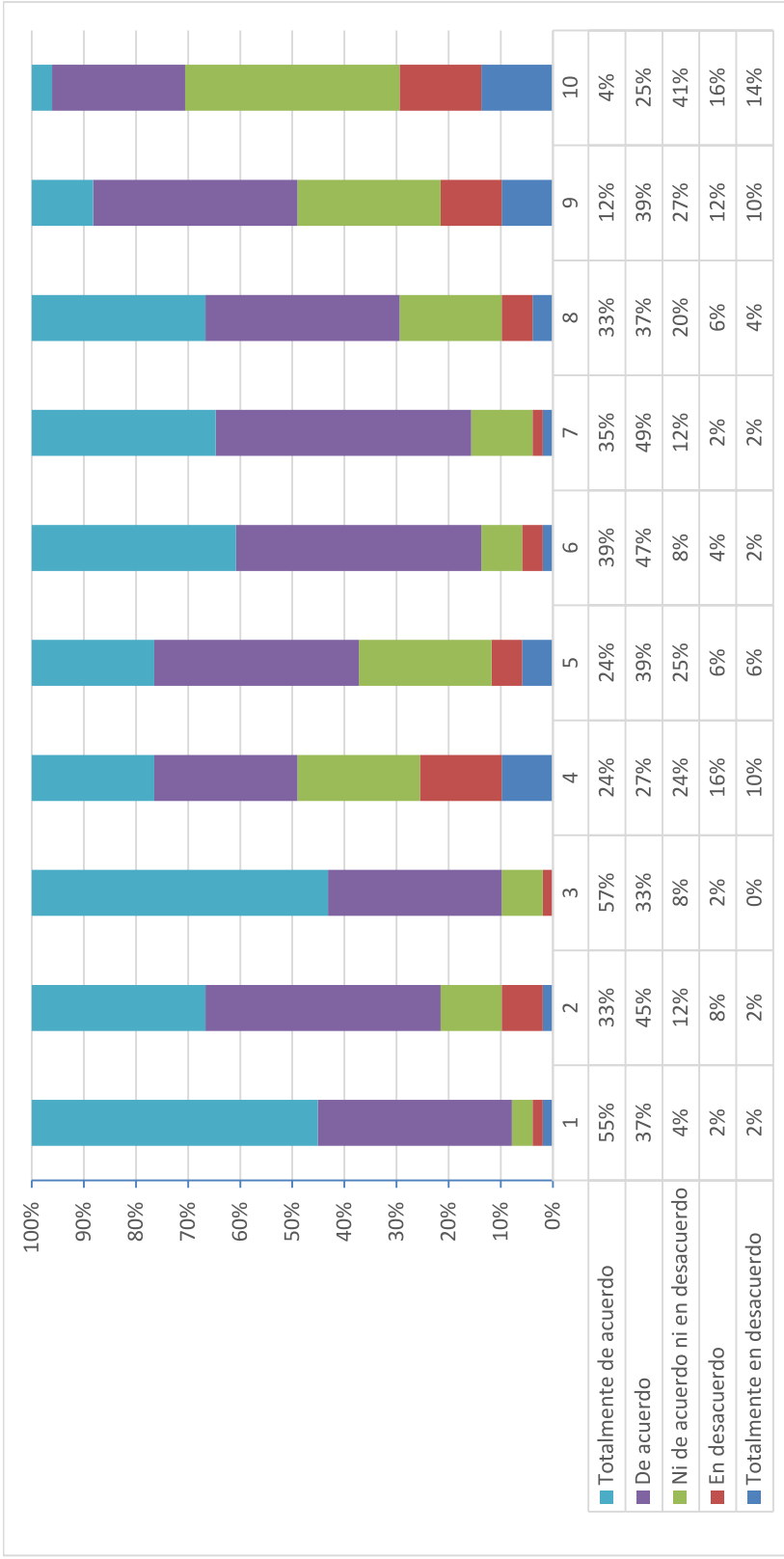
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Promedio	4%	12%	20%	37%	27%

Elaborado por: El autor

En promedio 4% de la muestra de emprendedoras, está totalmente en desacuerdo respecto a las afirmaciones de la escala de Likert del potencial emprendedor, el 12% en promedio está en desacuerdo, el 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 37% en promedio, está de acuerdo y el 27% totalmente de acuerdo.

### Motivaciones para emprender

A continuación, se presentan los resultados para la sección de motivaciones que puede tener una mujer al momento de emprender.



**Figura 35 – Escala de Likert motivaciones para emprendedor**

Elaborado por: El autor

1. Independencia personal (libertad de decisión, libertad económica)

El 55% de las mujeres emprendedoras encuestadas están totalmente de acuerdo en relacionar la creación de su emprendimiento con la independencia personal la libertad de decisión y libertad económica sin embargo el 2% está totalmente en desacuerdo en que una de sus motivaciones haya sido la independencia personal.

2. Poner en práctica los conocimientos adquiridos en alguna institución académica.

El 45% de la muestra está de acuerdo con que una de sus motivaciones fue poner en práctica los conocimientos adquiridos en su institución académica ya sea de tercer o cuarto nivel, en contraste el 2% está en total desacuerdo respecto a que dicha afirmación sea una de sus motivaciones.

3. Crear algo propio

El 57% de las mujeres están totalmente de acuerdo con que una de las principales razones para crear sus emprendimientos era poseer algo propio.

4. Imposibilidad de encontrar un trabajo adecuado

El 27% de las mujeres están de acuerdo en que una de sus motivaciones es no haber podido obtener un empleo adecuado a sus capacidades sin embargo el 10% está en total desacuerdo.

5. Afán de ganar más dinero que el percibido en dependencia a una empresa

El 51% de la muestra está de acuerdo en que una de sus motivaciones era obtener mayores ingresos de los obtenidos anteriormente en alguna institución bajo el trabajo de dependencia sin embargo el 6% no está de acuerdo.

6. Conseguir un patrimonio personal

Respecto al punto 6 el cual se enfoca en la obtención de un patrimonio propio el 86% de la muestra está de acuerdo, es decir, la mayoría de las mujeres emprendedoras encuestadas están a favor de dicha afirmación sin embargo el 2% está en total desacuerdo.

7. Ser el líder de algo propio, ser tu propia jefa

El 84% se encuentra de acuerdo, por ende, la gran mayoría de la muestra está a favor de dicha afirmación y solo el 2% a está en total desacuerdo.

8. Conseguir una retribución justa al trabajo realizado

El 37% de las mujeres emprendedoras encuestadas está de acuerdo en que una de sus motivaciones fue el no obtener una remuneración justa alineada a sus actividades y capacidades y solo el 4% se encuentra en total desacuerdo

9. Insatisfacción respecto al anterior trabajo

El 39% de la muestra está de acuerdo en que una de las razones para crear su propio emprendimiento fue la mala experiencia obtenida en otros trabajos con relación de dependencia.

#### 10. Prestigio, estatus ante la sociedad

Finalmente, el 41% de la muestra no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación, pero el 25% está de acuerdo con la misma y es el 14% y 16% quienes se encuentran en desacuerdo.

La tabla 7 muestra el promedio por escala respecto a las motivaciones que una mujer tiene para emprender.

**Tabla 8** –Promedio motivaciones para emprender

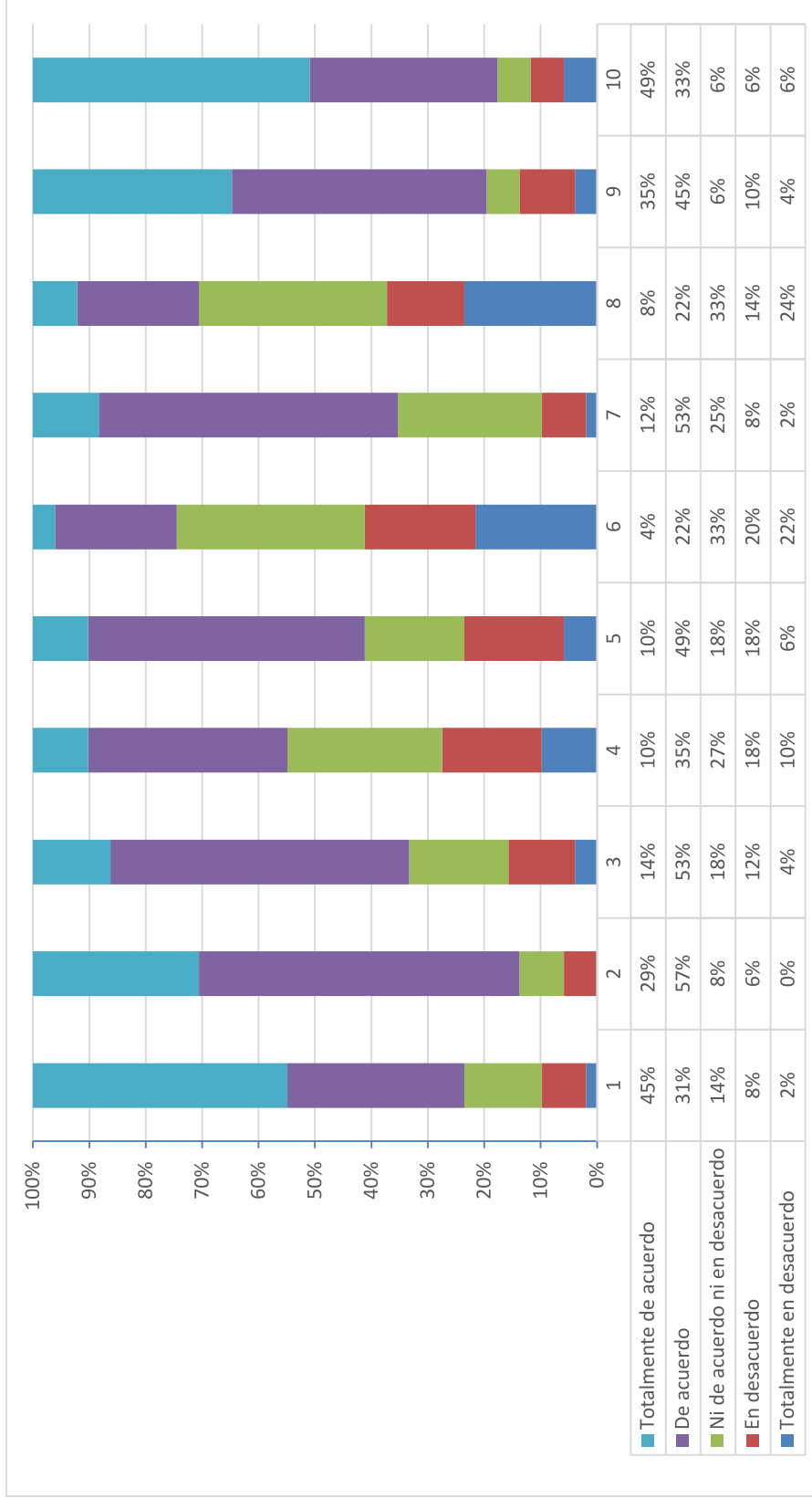
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Promedio	5%	7%	18%	38%	32%

Elaborado por: El autor

En promedio 5% de la muestra de emprendedoras, está totalmente en desacuerdo respecto a las afirmaciones de la escala de Likert de las motivaciones para emprender, el 7% en promedio está en desacuerdo, el 18% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 38% en promedio, está de acuerdo y el 32% está totalmente de acuerdo.

#### **Barreras para emprender**

A continuación, se presentan los resultados para la sección de barreras que puede tener una mujer al momento de emprender.



**Figura 36** – Escala de Likert barreras para emprendedor  
Elaborado por: El autor

1. Riesgo demasiado elevado.

El 45% de la muestra está totalmente de acuerdo con que existe un riesgo demasiado elevado al crear un emprendimiento mientras que el 2% se encuentra en total desacuerdo.

2. Falta de capital inicial.

Respecto a la falta de capital inicial o patrimonio el 86% de la población se encuentra de acuerdo, es decir, la gran mayoría cree que es complicado disponer de un capital inicial para emprender y solo en 6% se encuentra en desacuerdo.

3. Mercado saturado

El 53% de la muestra está de acuerdo en que el mercado está saturado de muchos negocios similares y el 4% está en total desacuerdo.

4. Falta de conocimientos y experiencia

El 35% de la muestra está de acuerdo en que les hace falta mayor conocimiento y experiencia para poder desarrollar un emprendimiento de mejor manera.

5. Temor por fracasar y perder lo invertido

El 49% se encuentra de acuerdo con que una de las barreras que enfrentan en su mayoría es el temor al fracaso, a equivocarse, mientras que el 6% está en total desacuerdo con dicha afirmación.

6. Trabajar demasiadas horas

El 33% evitar opinar sobre este tema, el 22% está de acuerdo.

7. No tener ingresos fijos

El 53% de la muestra está de acuerdo en que una de los riesgos y obstáculos que se le presentan en el camino es no poseer un ingreso fijo y solo el 2% en se encuentra totalmente en desacuerdo con dicha afirmación.

8. Dudas sobre las capacidades propias

El 33% de mujeres encuestadas no están seguras si una de las barreras al momento de emprender sea la desconfianza de las capacidades propias y el 24% se encuentra totalmente en desacuerdo.

9. Demasiada burocracia

El 45% de la población está de acuerdo en que existen demasiados trámites engorrosos para la creación de su propio emprendimiento y solo el 4% está en total desacuerdo.

10. Poco apoyo de parte de instituciones públicas.

Finalmente, se encuentra un 49% totalmente de acuerdo en que son las organizaciones públicas quienes no apoyan a los emprendimientos de una mejor forma.



**Tabla 9** –Promedio barreras para emprender

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
promedio	5%	13%	19%	39%	25%

Elaborado por: El autor

En promedio 5% de la muestra de emprendedoras, está totalmente en desacuerdo respecto a las afirmaciones de la escala de Likert de las barreras para emprender, el 13% en promedio está en desacuerdo, el 19% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 39% en promedio, está de acuerdo y el 25% está totalmente de acuerdo.

### **3.1.2. Etapa 2**

En la segunda etapa se realizaron las entrevistas a las mujeres emprendedoras del Distrito Metropolitano de Quito, a un representante de ConQuito el Coordinador Proyectos, Javier Albuja, y al ex Subsecretario y Director de Innovación del SENESCYT, Gabriel Bermeo, mediante la plataforma zoom.

Ing. Gabriel Bermeo MSc

La entrevista con el ex subsecretario y director de innovación de la SENEYCOT, Gabriel Bermeo, dio como resultado los siguientes aspectos, indicó que las mujeres usualmente emprenden en aspectos o negocios relacionados al cuidado medioambiental y que poseen mayor facilidad de palabra al momento de mantener una conversación con cualquier persona de interés en su emprendimiento, sin embargo, recalcó que esto no era necesariamente en todos los casos puesto que siempre existen diferentes personalidades y es principalmente esta la que determina cómo se comportará una persona, independientemente del sexo femenino o masculino. Finalmente, comentó que la gran mayoría de los emprendimientos que se inscribían en el Banco de ideas de la SENEYCOT eran dirigidos por hombres y relacionados con tecnología.

Ing. Javier Albuja

Durante la entrevista el ingeniero Javier Albuja, Coordinador de proyectos de ConQuito, comentó varios aspectos importantes, entre ellos que la mayoría de los emprendimientos que participaban en los concursos auspiciados por ConQuito eran dirigidos por hombres y solo un porcentaje menor estaban representados por mujeres. Además, mencionó que los emprendimientos que se desarrollan en esta entidad son de cualquier índole, es decir, desde aquellos que se enfocan a la venta de manualidades, así como también de

emprendimientos enfocados al bienestar y cambio social. Comentó que ConQuito acompaña a los emprendedores desde su fase inicial hasta que logran generar ventas, por lo tanto, una vez concluido el programa en el que se hayan inscrito los emprendimientos deben seguir creciendo por sí mismo a consecuencia de esto se ha notado que la gran mayoría suelen fracasar o dejan de existir debido a que las personas ya no le toman el interés que tenían antes.

Ing. Andrea Palacios

Andrea Palacios es la fundadora del emprendimiento “Te quiero verde” cuyo objetivo es la venta de productos saludables, a su vez promueve un estilo de vida zero waste. En su tienda no solo se encuentran semillas o productos saludables a la venta sino también utilizan productos reciclables para sus empaques. Su emprendimiento surgió en base a una necesidad propia, ya que en su juventud cuando aún estudiaba solía buscar negocios o tiendas que pudieran proveerle dichos productos, al no encontrar ninguna, decidió iniciar su propio emprendimiento el cual ha atravesado por varios obstáculos que ha sabido superar para lograr llegar a donde se encuentra actualmente.

Ing. Carolina Plascencia

Carolina Plascencia, ingeniera ambiental fundadora de la empresa Yakupura cuyo producto es un purificador de agua, inició su idea de negocio cuando viajó por estudios a Buenos Aires, Argentina en donde el agua es mucho más cara que en Ecuador por lo que decidió ingerir agua directamente de la llave pero esto le ocasionó varios problemas de salud sin embargo una vez regresó a Ecuador tuvo la intención de crear un filtro de agua que permita que las personas puedan tomar agua directamente de los grifos, evitando así la compra innecesaria de botellones de agua que suelen ser más caros y generan desperdicios plásticos. Por ende, su emprendimiento tiene un enfoque de cambio medioambiental, para lograr formar su empresa concursó en uno de los proyectos auspiciados por la SENE CYT, el Banco de ideas, y fue acreedora de un fondo económico, más adelante concurso en otro proyecto auspiciado por el BID en el que también fue ganadora, con dicho dinero logró formar una empresa cuyas ventas alrededor del Ecuador se dan por Tventas, Supermaxi y venta directa.

Sra. Karla Caisachana

Karla Caisachana fundadora de tejidos “Carolis” inició su emprendimiento hace alrededor de 4 años, motivada por su gusto al tejido creó su propia marca de prendas de vestir las cuales son principalmente diseñadas al gusto y necesidades del cliente, es decir, si bien cuenta con un stock de prendas también suelen personalizarlas si el cliente así lo desea, su emprendimiento nació el momento que dejó de trabajar en la empresa Mestiza en la que

laboró durante 5 años y donde aprendió mucho del negocio con lo cual logró formalizar su emprendimiento.

Sra. Cynthia Castellanos

Cynthia Castellanos, fundadora del emprendimiento “Pink Velvet” el cual se dedica a la elaboración de pasteles, bocaditos y tortas, inició dicho emprendimiento hace aproximadamente 4 años debido a la necesidad y búsqueda de su estabilidad económica. Actualmente elaboran pasteles para bodas, bautizos y demás compromisos, así como también obsequios que son enviados por fechas especiales ya sean cumpleaños, navidad, san valentín, día del padre, día de la madre, etc. En su inicio sólo se dedicaba a distribuir sus productos dentro de su círculo de amistad y familiar con el paso del tiempo fue creciendo y logró relacionarse con varias empresas privadas quienes le dieron la oportunidad de poder dar a conocer sus productos en las recepciones o eventos que realizaban las mismas a partir de ello ganó gran popularidad y logró crecer rápidamente, con lo cual pudo establecer un local ubicado al sur de Quito.

Sra. Nathaly Pacheco

Nathaly Pacheco, exfuncionaria pública motivada por su gusto por las agendas, decidió crear sus propias agendas utilizando el método scrapbooks, al notar el interés por parte de sus familiares y más allegados al producto continuó elaborándolos, fue así como fundó “Natural Craft”, un emprendimiento dedicado a la producción de agendas personalizadas elaboradas manualmente.

Una vez recopiladas las entrevistas fueron transcritas a formato Word para poder ser analizadas por medio del software NVIVO, en el cual fue utilizado el conteo de palabras para poder obtener las que con mayor frecuencia se repetían, a lo largo de los diálogos, a continuación, los resultados se presentan en una nube de palabras (figura 37).



**Figura 37** – Nube de palabras entrevistas  
Elaborado por: El autor

A continuación, en la tabla 11 se presentan resumidas las características obtenidas en las entrevistas, según las variables e indicadores planteados, guardando relación con las palabras de mayor frecuencia obtenidas en NVIVO. Las características enunciadas fueron el resultado de la interpretación y análisis de las respuestas dadas por cada entrevistada en cada pregunta, por parte del entrevistador.

**Tabla 10** –Características de las mujeres emprendedoras

		Variables			
	Atributos del emprendedor	Capacidades interpersonales del emprendedor	Capacidades del emprendedor frente al riesgo	Actitud del emprendedor	Barreras para emprender
Emprendedoras	Buena para identificar oportunidades del mercado, creativa en relación con su gama de productos y proactiva.	Buen trabajo en equipo, buena comunicación con proveedores y clientes, líder para indicar las actividades de cada uno de sus colaboradores, rápida adaptación a las necesidades del mercado y buena líder.	Tiene un buen sentido del riesgo, es arriesgada, tiene confianza en sí misma.	Es comprometida y constante en su emprendimiento le apasiona lo que hace puesto que su emprendimiento es una meta propia, su motivación principal es la familia.	Enfrentó barreras económicas burocráticas.
Ing. Andrea Palacios	Buena para identificar oportunidades del mercado, creatividad en relación con el diseño del producto que distribuye.	Buen trabajo en equipo no posee tan buenas habilidades administrativas, tiene una buena comunicación con los clientes y proveedores, tiene visión a futuro para su emprendimiento, es buena líder.	Maneja bien el riesgo que se le presenta, y posee confianza en sí misma.	Es constante y comprometida con sus actividades, su emprendiendo surge a raíz de una meta medioambiental por lo que es apasionada, sus motivaciones son su familia y surgir en un mundo desigual.	Enfrentó barreras de género.
Ing. Carolina Plascencia					

Sra. Karla Caisachana	Creativa respecto al diseño de sus productos, proactiva en diseñar nuevos productos.	No posee buenas habilidades administrativas, tiene una buena comunicación con todas las personas de interés en su negocio, trabaja bien en equipo, buena para adaptarse a los cambios.	No posee un buen sentido del riesgo, tiene poca confianza en sí misma.	Es constante, le apasiona su emprendimiento y su principal motivación es la estabilidad económica.	Enfrentó barreras económicas respecto al capital propio.
Sra. Cynthia Castellanos	Proactiva en resolución de conflictos, creativa en el diseño y decoración de sus productos.	Posee una visión a futuro de su negocio, tiene buenas habilidades administrativas, trabaja muy bien con su equipo, buena líder, y se adapta con facilidad a los cambios.	Tiene un buen sentido del riesgo, es arriesgada, tiene confianza en sí misma.	Es constante y comprometida con su emprendimiento, su principal motivación es tener algo propio.	Enfrentó barreras económicas respecto al capital propio.
Sra. Nathaly Pacheco	Creativa en relación con la elaboración de sus productos, buena en identificar oportunidades de mercado.	No posee una buena visión a futuro de su negocio, tiene buenas habilidades administrativas, prefiere trabajar sola que, en equipo, tienen una buena comunicación con las personas de interés.	Tiene buen sentido del riesgo, no posee una alta confianza en sí misma de superar los obstáculos.	Es constante en su emprendimiento, le falta comprometerse con el mismo, le apasiona lo que hace y su principal motivación es su independencia.	Enfrentó barreras económicas respecto al capital propio,

Elaborado por: El autor

Una vez presentados los resultados de la parte cuantitativa y cualitativa de manera individual, se procedió a realizar un análisis comparativo entre ambos, obteniendo así los resultados globales para cada uno de los objetivos de la presente investigación.

En cuanto al potencial emprendedor, se obtuvo que las mujeres tanto encuestadas como entrevistadas, poseen buenas habilidades administrativas respecto a la planificación, organización, control y dirección de las actividades dentro de su emprendimiento, al igual que buenas habilidades verbales en cuanto a la comunicación que mantienen con las personas de interés para su negocio. Saben identificar las oportunidades que se presenten en el mercado, las analizan respecto al riesgo que representan y las canalizan en función de la visión que tienen de su negocio.

Además, prefieren trabajar en equipo y ser líderes de este, encaminando cada una de las decisiones que se tome, en beneficio de su emprendimiento, al cumplir con sus responsabilidades demuestran ser personas perseverantes, creativas, proactivas y participativas.

Respecto a las motivaciones que les permitió crear su negocio se encuentran, la libertad económica, percibir una remuneración acorde a las actividades que realiza, forjar un patrimonio propio, ser sus propias jefas e insatisfacción respecto al último trabajo que tuvieron.

Las principales barreras que tuvieron que enfrentar las mujeres de la presente investigación son falta de capital propio, la inaccesibilidad a los programas de financiamiento de las entidades financieras tal como lo mencionó la señorita Castellanos:

*“Considero que el aporte económico ha sido complicado al menos para formar nuestro negocio... al momento de conseguir las máquinas necesarias fue difícil obtener el dinero para invertir”* (C. Castellanos, comunicación personal, 02 de Diciembre del 2020).

La discriminación de género, como lo compartió la creadora de Yakupura:

*“Una vez me inventaron a un evento de emprendedores, donde me hicieron sentir que solo fui invitada por ser mujer y equiparar los números de hombres y mujeres, y no por mi tipo de emprendimiento”* (C. Plascencia, comunicación personal, 26 de noviembre del 2020).

Demasiados trámites al momento de la creación formal de su emprendimiento y poco apoyo respecto a las instituciones públicas, como lo mencionó la dueña de Carolis.

*“Al inicio no se conoce que papeles se necesita, para formalizar el negocio, además se debe conocer todo respecto a los impuestos y pagos previos, en nuestro caso s fueron muchos papeles por lo que nos llevó un largo tiempo” (K. Caisachana, comunicación personal, 29 de noviembre 2020).*

Y finalmente tener que trabajar varias horas, como lo compartió la señorita Nathaly Pacheco:

*“El factor tiempo es una barrera, debido a que se debe dedicar muchas más horas que en un trabajo con relación de dependencia, de igual manera otro de los obstáculos que enfrenté fue conseguir las máquinas necesarias para mi negocio ya que eran muy costosas” (N. Pacheco, comunicación personal, 03 de Diciembre del 2020).*

### **3.2. Discusiones**

Como se ha justificado en el marco teórico, existen dos tipos de emprendimiento según el motivo que tengan los individuos para crear un negocio propio, es decir, por necesidad o por oportunidad, y existen tres tipos según la actividad que realicen, los no tradicionales con base tecnológica e innovadores, los tradicionales que hacen referencia a todos los negocios que distribuyen productos formalmente establecidos en el mercado, como las panaderías, peluquerías, bazares y venta de ropa entre otros, y los sociales que pueden tener dos connotaciones por un lado aquellos que no tienen un fin de lucro y por otro aquellos que buscan el bienestar social mediante el cambio medioambiental, lo cual se pudo contrastar con la investigación realizada donde se observó que, muchos de los emprendimientos de las mujeres guardan relación con productos o servicios ya incorporados en el mercado como son los salones de belleza, la venta de maquillaje, la comercialización de productos alimenticios, la venta de ropa pero, sin embargo, estos han incorporado procesos innovadores, que les han permitido sobresalir ante su competencia. La mayoría de las mujeres entrevistadas comentaron que habían decidido emprender por necesidad, algunas por la pérdida de su trabajo actual y en otras por la necesidad de conseguir mayores ingresos. Además, el ex subsecretario y director de innovación de la SENESCYT aseguró que la mayoría de los emprendimientos de las mujeres que se presentaban en los concursos eran dirigidos al cuidado y responsabilidad medioambiental.

Según las investigaciones del GEM, la participación de los hombres respecto a la de las mujeres en cuanto a la creación de emprendimientos es mayor a nivel global, donde para



el caso específico de Ecuador, con base en la información levantada de las entrevistas con los representantes de las entidades gubernamentales, se obtuvo el mismo resultado. El representante de ConQuito, afirmó que la mayoría de los emprendimientos que se inscribían a los concursos auspiciados por esta misma entidad, eran dirigidos por hombres, lo cual también se daba en los concursos elaborados por el Banco de Ideas de la SENESCYT, donde el ex subsecretario y director de innovación, aseguró que raramente emprendimientos cuyo líder era mujer se inscribían.

El GEM, afirmó que las mujeres son entes generadores de cambios, ya que a pesar de las barreras de género han desarrollado sus propios emprendimientos, los mismos que en su mayoría guardan relación con el cuidado medio ambiental, además, que se preocupan por el crecimiento de otras mujeres lo cual se corroboró durante el proceso de investigación donde se observó que la mayoría de las mujeres encuestadas y entrevistadas desean demostrar a su sexo opuesto que son capaces de formar negocios exitosos, y que en el proceso deben y pueden ser responsables y amigables con el medio ambiente, de igual forma entre las mujeres se puede reconocer el tema de sororidad, es decir, tratan de apoyarse mutuamente entre mujeres para así lograr mejores resultados que se han reconocido en la sociedad.

Como se mencionó en el marco teórico, han sido las mujeres quienes mayormente desarrollan negocios enfocados a la comercialización de productos, mientras que los hombres se enfocan en ofrecer servicios, para lo cual al ser analizada la información obtenida en las encuestas y entrevistas se obtuvo que, la mayoría de emprendimientos se dedican a la venta de productos, mientras que un grupo pequeño son quienes ofrecen servicios, mismos que suelen estar enfocados a temas contables o presentación personal (belleza).

Si bien existen varios motivos por los cuales las mujeres emprenden, en el marco teórico se enfatizó que uno de los principales era la familia, es decir, que deseaban crear su negocio propio para poder tener una calidad de vida mejor que ofrecer a su familia, específicamente a sus hijos, sin embargo, en la investigación realizada se obtuvo que la mayoría de mujeres emprendedoras son solteras y que para aquellas que tienen familia, no es su principal motivador esta, sino su crecimiento personal y desarrollo frente a su sexo opuesto.

Como lo plantean varios autores, existen diferentes barreras para emprender, que dependen del contexto de cada país y de la personalidad de cada individuo, al realizar una

comparación entre lo que datos de las referencias bibliográficas y los obtenidos durante la investigación se tuvo como resultado que las mujeres emprendedoras concuerdan que entre las principales barreras están, falta de capital inicial, muchos trámites engorrosos al momento de crear legalmente un emprendimiento, el mercado se encuentra saturado y existe poco apoyo de parte de las entidades gubernamentales, sin embargo la investigación también mostró que las mujeres emprendedoras consideran que la falta de conocimiento y preparación, así como la inseguridad respecto a sus capacidades propias no se constituyen como barreras. Cabe destacar que la mayoría de las mujeres encuestadas tiene formación académica de cuarto nivel.

El potencial emprendedor se entiende como las capacidades que posee un individuo ya sean internas o externas, es decir pueden ser propias de sí mismo o parte del contexto donde habita. Según los datos del GEM en Ecuador es fácil tener acceso a infraestructura comercial, profesional y física, así como también a la educación lo que permite que los individuos puedan formarse académicamente y lograr desarrollar su emprendimiento, dicha información se alinea con la obtenida durante la investigación puesto que las mujeres encuestadas aseguran que en Ecuador no es difícil poder acceder a la educación ya que está disponible para todos los ciudadanos, lo mismo ocurre respecto a las plataformas virtuales que existen para ayudar a administrar un negocio, que están disponibles para quien desee hacer uso de ellas.

## **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones que surgieron a partir de la investigación realizada.

### **4.1. Conclusiones**

Al finalizar el trabajo de investigación se estableció que son las mujeres con formación profesional igual o superior al tercer nivel y cuya edad oscila entre los 26 hasta los 45 años quienes en base a sus metas o sueños deciden emprender, a su vez se pudo diferir que independientemente de que se han casadas o solteras tienen la misma probabilidad de establecer un negocio propio.

Los emprendimientos creados por las mujeres surgen en respuesta a una necesidad propia y son en esencia tradicionales, sin embargo, hacen uso de la innovación en procesos para poderse diferenciar de su competencia y lograr obtener un valor agregado único, el cual les ha permitido posicionarse en el mercado.

Las mujeres emprendedoras conocen la importancia de recibir capacitaciones para el buen desarrollo de sus emprendimientos, sin embargo, no suelen asistir a estos eventos, en su gran mayoría solo asisten una vez al año, por lo que desconocen de muchos programas de incentivos y no hacen uso de todas las herramientas que están a su disposición, así mismo, desconocen de la existencia de varias instituciones tanto públicas y privadas dedicadas al apoyo de negocios nacientes, lo que provoca que su crecimiento sea despacio.

Al momento de dirigir un negocio, las mujeres prefieren en su gran mayoría dirigir todas las actividades de su emprendimiento, puesto que muchas veces les cuesta confiar en otras personas y sienten la necesidad de supervisar los trabajos realizados por estas, para confiar en que los resultados sean los deseados, sin embargo, esto provoca que acumulen trabajo y las actividades se retrasen.

Respecto al potencial emprendedor se concluye que, las mujeres han demostrado poseer habilidades y capacidades buenas al momento de dirigir un negocio, interactúan activamente tanto con sus clientes como con sus proveedores, suelen trabajar bien en equipo, se mantienen alertas respecto a cualquier cambio de su entorno, son

perseverantes y comprometidas al momento de fijarse una meta, así mismo y en contraste con su sexo opuesto son mejores en la planificación, organización, control y dirección de las actividades encaminadas al desarrollo del emprendimiento. Por ende, a pesar de que no existan las condiciones óptimas en su entorno han logrado formar negocios con un crecimiento sólido.

Las principales motivaciones para emprender que tienen las mujeres, se han logrado discernir después del análisis de toda la información, las cuales son, independencia personal respecto a no vivir a cuenta de nadie económicamente, crear algo propio convirtiéndose así en sus propias jefas, obtener mayor beneficio en proporción al trabajo realizado debido a que en anteriores trabajos no se sentían motivadas ni apreciadas respecto al trabajo que realizaban, y la posibilidad de dar un mejor futuro a su familia, ya sea con su pareja o hijos, que con el tiempo se convierten en unas de las más importantes motivaciones.

Las mujeres al momento de emprender, han enfrentado varios obstáculos a lo largo de su trayecto, entre ellos el riesgo de perder todo lo invertido por culpa de eventos fortuitos o por la inexperiencia en la administración de un negocio, así mismo la falta de capital o financiamiento que representa un grave problema al no poder invertir en los aspectos más fundamentales del negocio como es la materia prima o las maquinas, otra de las barreras es no contar con el apoyo de las entidades públicas no solo respecto al tema de préstamos o concursos para emprendedores, sino también al momento de crear su emprendimiento puesto que no conocen como proceder y que documentación es necesaria en el instante que se pretende lograr el establecimiento y desarrollo del nuevo negocio, por lo que estas se convertido de malas experiencias en el trayecto de formación de su emprendimiento.

## **4.2. Recomendaciones**

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante este trabajo de investigación se recomienda aprovechar las barreras y obstáculos que se identificaron, con la finalidad de generar soluciones y estrategias que permitan que estas no sean la razón para la disolución de los emprendimientos.

A pesar de que varias de las mujeres emprendedoras asisten a capacitaciones en caminadas al desarrollo de sus habilidades y capacidades, se recomienda que se asista antes, durante y después de haber establecido su emprendimiento, puesto que estas

permiten tener mejores oportunidades dentro del mercado y posicionarse por delante de la competencia al crear un valor agregado no solo en sus productos sino también en sus procesos internos, ya sean administrativos o de manufactura.

En el ámbito empresarial privado como público, existen varias instituciones que apoyan a los emprendimientos de diferentes formas, desde su establecimiento, desarrollo hasta su expansión nacional, por lo tanto, a pesar de que no exista una buena difusión de la información respecto a estas, se recomienda tratar en lo posible de investigar cualquier nuevo concurso o entidad que fomente el emprendimiento, y siempre permanecer alertas respecto a las actividades de las ya conocidas.

A pesar de que se evidencio que existe un buen trabajo en equipo por parte de las emprendedoras, al ser ellas quienes dirigen las actividades y toman la decisión final, se recomienda asistan a taller donde puedan aprender a delegar actividades, a sus compañeros de equipo, para que así puedan enfocarse en el crecimiento de su emprendimiento.

Finalmente, se recomienda de forma general utilizar los datos hallados en esta investigación como parte del importante rol que tienen las mujeres dentro del mercado y la comunidad empresarial, en posteriores estudios que se realicen.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. En *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA* (Vol. 5, Número 9). <https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2099>
- Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, 383, 43–52.
- Baker, T., & Welter, F. (2015). The Routledge companion to entrepreneurship. *Choice Reviews Online*, 52(08), 52-4302-52–4302. <https://doi.org/10.5860/choice.189004>
- Bauer, S., Finnegan, G., & Haspels, N. (2011). *Género y Emprendimiento Guía de formación para mujeres empresarias Paquete de formación y herramientas*. [www.ifrro.org](http://www.ifrro.org)
- Bolbao, A., & Pachano, S. (2002). Rasgos y actitudes de los emprendedores. *Corporación Andina de Fomento – CAF*, 66. [http://www.cid.harvard.edu/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitudes/razgos\\_actitudes\\_venezuela\\_competitiva.pdf](http://www.cid.harvard.edu/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitudes/razgos_actitudes_venezuela_competitiva.pdf)
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019*.
- Bréchet, J., & Schieb-bienfait, N. (2016). *entrepreneurship in search of its foundations Entrepreneurship in search of its foundations. January*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2891.2087>
- Cabana-Villca, R., Cortes-Castillo, I., Plaza-Pasten, D., Castillo-Vergara, M., & Alvarez-Marin, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management and Innovation*, 8(1), 65–75. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242013000100007>
- Chávez Garcés, K. V., Traverso Holguín, P. A., Merizalde Véliz, D. C., Espinoza Moreira, D. R., Solis Muñoz, J. B., Reyes Cárdenas, N. A., & Giler Escandón, L. V. (2017). *El*

- emprendimiento en Ecuador: Visión y perspectivas.*  
<http://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>
- Dey, P. (2006). The rhetoric of social entrepreneurship: Paralogy and new language games in academic discourse. *Entrepreneurship as Social Change: A Third Movements in Entrepreneurship Book*, 121–142. <https://doi.org/10.4337/9781847204424.00015>
- Emilia Castiblanco Moreno, S. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino \* building the female entrepreneurship category a construção da categoria de empreendimento feminino Resumo. *Rev.Fac.Cienc.Econ*, XXI(2), 53–66. <http://www.redalyc.org/pdf/909/90930501005.pdf>
- Faustino, S., Cárdenas, S., Lisbet, I. I., & Pons, S. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos The usage of the Cronbach Coefficient alpha in the Analysis of the Written Instruments. *Revista Médica Electrónica*, 34(1), 01–06.
- Fuentes García, F., & Sánchez Cañizares, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28(3), 696.
- Guelmes Valdés, E. L., & Nieto Almeida, L. E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 23–29.
- Gutiérrez Huby, A. M., & Amador Murguía, M. E. (2014). El Potencial Emprendedor En Los Estudiantes De La Carrera De Contabilidad De Las Universidades San Marcos De Perú Y Guadalajara De México – Centro Universitario De Los Altos – Un Análisis Comparativo. *Quipukamayoc*, 19(36), 63. <https://doi.org/10.15381/quipu.v19i36.6497>
- Hernández Sampieri, R. et. al. (2006). Capítulo 14. Recolección y análisis de los datos cualitativos. En *Metodología de la investigación* (pp. 581–660).
- Herrera Guerra, C. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Económicas CUC*, 33(1), 191–204.
- INEC. (2018). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU) Indicadores de pobreza y desigualdad*. 19.
- Jones, G. G., & Wadhvani, R. D. (2009). Entrepreneurship. En *The Oxford Handbook of Business History* (Número January). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199263684.003.0021>
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. *Espae*, 80. <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- López Fernández, M., Romero Fernández, P., & Díaz Carrión, R. (2012). Motivaciones para

- emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía industrial*, 383, 75–84.
- Marketing, D. E. L., La, E. N., & Machala, C. D. E. (2018). *Carrera De Administración De Empresas*.
- Merino, M., & Chanes, D. V. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de latinoamérica: Una perspectiva multinivel. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 46, 38–54.
- Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Motivational theories in the study of entrepreneurship. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 36(79), 204–236. <https://doi.org/10.14482/pege.36.5571>
- Moriana, G. (2015). Barreras para escapar de la violencia de género: la mirada de las profesionales. Barriers to escape Violence: the professionals' perspective. *Cuadernos de Trabajo Social*, 28(1), 93–102. [https://doi.org/10.5209/rev\\_cuts.2015.v28.n1.44401](https://doi.org/10.5209/rev_cuts.2015.v28.n1.44401)
- Muñoz Poblete, C. (2013). Métodos mixtos: una aproximación a sus ventajas y limitaciones en la investigación de sistemas y servicios de salud. *Revista Chilena de Salud Pública*, 17(3), 218. <https://doi.org/10.5354/0719-5281.2013.28632>
- Posada Kubissa, L. (2017). Sobre Bourdieu, el habitus y la dominación masculina: tres apuntes. *Revista de filosofía*, 73, 251–257. <https://doi.org/10.4067/s0718-43602017000100251>
- Romero-Martínez, A. M., & Milone, M. (2016). El emprendimiento en España: Intención emprendedora, motivaciones y obstáculos. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(1), 95–109. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N1.05>
- Ruiz, J., Camelo, M. del C., & Coduras, A. (2009). *Mujer Y Desafío Emprendedor*. 13–22.
- Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en américa latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.22.129>
- SCHUMPETER, J. 1935. *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*. Ed. Fondo de cultura económica, México. (1935).
- Tulio Carmen, C., & Fabio Viveros, H. (2017). *Los emprendedores evolucionan el concepto*.
- Valle, C. (2018). Atlas\_de\_Genero\_Final.pdf. En *Magazine* (Vol. 2, Número 222, p. 360). [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Atlas\\_de\\_Genero\\_Final.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Atlas_de_Genero_Final.pdf)
- Vélez Romero, X., & Ortiz Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346–369.



- Vicente, L., Freites, M., Urbina, O., Ángel, M., & Guerra, S. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217–234. <https://doi.org/10.31876/revista.v23i81.23477>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación. Tercera edición*. Colombia: Pearson Educación.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *Report of Global Entrepreneurship Monitor 2019*. Estados Unidos: Babson.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. México: McGRA W- HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE.C.V. Obtenido de [https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Hofacker, A. (2008). *Rapid lean construction - quality rating model*. Manchester: s.n.
- Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction*. Finland: VTT Building Technology.
- Laslo, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Reporte 2019, Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: Babson.
- Moreno Zacarías, H. M., & Espíritu Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes*, 102-122. Obtenido de <http://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/portes/article/view/269?fbclid=IwAR2gKHTAa3QkisHCIG-fs1Rht9FhJDKJjhGMRGzKfa7pwDGhXmGu21SVlwM>
- Shalley, C., Hitt, M., & Zhou, J. (2015). *The Oxford Handbook of creativity, innovation, and entrepreneurship*. New York: Oxford University Press.
- Vicens, L., & Grullon, S. (2011). *Innovación y emprendimiento, Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor*. Santo Domingo, Republica Dominicana: Compete Caribbean.



## **ANEXOS**

## Anexo 1 – Encuesta

**ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**Cuestionario Mujeres Emprendedoras**



El presente cuestionario, tiene la finalidad de recoger información sobre el potencial emprendedor, motivaciones y barreras que enfrentan las mujeres del Distrito Metropolitano de Quito al momento de emprender. Por ello pedimos muy comedidamente su ayuda con este importante proyecto de investigación.

Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Te pedimos que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible.

Instrucciones generales:

Por favor.

- Responda en cada pregunta la opción que usted considere más adecuada y no deje ningún inciso sin responder.
- Responda a todas las preguntas lo más rápido y cuidadosamente posible. Su primera impresión es normalmente es la más precisa y fiable.
- No hay respuestas correctas ni incorrectas.
- Tiempo estimado de duración 25 minutos

¡Muchas gracias por tu colaboración!

**Datos demográficos**

**1.** Edad:

18-25

26-35

36-45

+45

**2.** Estado civil:

- Soltera
- Casada
- Divorciada
- Unión de hecho
- Divorciada
- Viuda

**3.** Grado académico:

- Primaria
- Secundaria
- Tercer nivel
- Cuarto nivel

**4.** Profesión: \_\_\_\_\_

**5.** Nombre de su emprendimiento: \_\_\_\_\_

**Potencial emprendedor**

**6.** A su juicio ¿Cómo clasificaría sus habilidades para identificar oportunidades de negocio?

Muy malas  Malas  Regulares  Buenas  Muy buenas

**7.** ¿Usted está constantemente observando su entorno para identificar oportunidades de negocios?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**8.** ¿Usted ha identificado alguna oportunidad de negocio en el transcurso de su vida?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

*Si en su respuesta anterior usted manifestó que ha identificado alguna oportunidad de negocio, prosiga con las siguientes preguntas, de lo contrario continúe con la pregunta 2.6.*

**9.** Al identificar una oportunidad de negocio ¿Usted es capaz de proyectar a largo plazo dicha idea?

**10.** ¿Usted ha sido capaz de desarrollar esa oportunidad de negocio?

SI  NO

**11.** Cuando usted trabaja en un proyecto o emprendimiento ¿Considera importante dedicar tiempo extra para tratar de mejorar los resultados?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**12.** Ante un problema, ¿Cree que realiza cosas que los demás no hacen para resolverlo?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**13.** A su juicio, ¿Cómo clasificaría su nivel de habilidades administrativas (planificar, organizar, dirigir y controlar) para crear un emprendimiento?

Muy malas  Malas  Regulares  Buenas  Muy buenas

**14.** ¿Ha participado en actividades específicas encaminadas a despertar su espíritu emprendedor, como, por ejemplo: charlas, seminarios, ferias empresariales o visitas a empresas?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**15.** En los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces asistió a alguna de estas capacitaciones

0  1  2  3  4 o más

**16.** En referencia a la pregunta anterior. ¿Estas actividades son instancias que aportan información, herramientas y conocimientos para emprendedores y potenciales emprendedores?

Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**17.** ¿Usted conoce organismos relacionados con la creación o desarrollo de emprendimiento, como incubadora y/o aceleradora de negocios en el Distrito Metropolitano de Quito?

SI  NO

**18.** ¿Usted, defiende sus posturas hábilmente respetando a los demás cuando se encuentra en una discusión o debate?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**19.** A su juicio, ¿Cómo clasificaría su nivel de comunicación?

Muy malo  Malo  Regular  Bueno  Muy bueno

**20.** ¿Las personas de su entorno suelen aceptar y seguir sus ideas u opiniones?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**21.** ¿Usted posee la capacidad de adaptarse ante nuevas situaciones que compliquen su estabilidad?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**22.** ¿Usted renunciaría a parte de su tiempo libre o familiar para emplearlo en desarrollar un emprendimiento?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**23.** ¿Usted renunciaría a su estabilidad económica, con el fin de levantar y ejecutar un proyecto propio?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**24.** ¿Usted invertiría parte de su patrimonio para levantar y ejecutar un proyecto propio?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**25.** ¿Trata usted con entusiasmo superar su desempeño pasado en algún trabajo, proyecto académico o actividad?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**26.** ¿Disfruta motivando a los que lo rodean, transmitiendo sus ganas de “hacer” y les expresa su ilusión e interés por las cosas importantes?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**27.** ¿Está usted pensando constantemente como mejorar un proyecto o emprendimiento que está desarrollando?

Nunca  Rara vez  A veces  Casi siempre  Siempre

**28.** ¿Usted conoce alguna institución pública que proporcione apoyo financiero para desarrollar un emprendimiento?

SI  NO

**29.** ¿Usted ha postulado a algún apoyo financiero público?

SI  NO



**30.** ¿Usted conoce alguna institución privada que proporcione apoyo financiero para desarrollar un emprendimiento?

SI

NO

**31.** ¿Usted ha postulado a algún apoyo financiero privado?

SI

NO

**Potencial emprendedor**

*Por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones según su propio punto de vista personal*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Usted tiene las habilidades para transformar los problemas en oportunidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando usted trabaja en equipo, genera mejores resultados que solo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted es una persona con alto grado de motivación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted tiene las habilidades necesarias para ser un líder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted al trabajar en un proyecto académico prefiere trabajar en equipo antes que hacerlo solo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando comienza un proyecto, usted siempre lo desarrolla hasta que finaliza.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se enfoca y enamora siempre de sus desafíos antes que de sus ideas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los programas y estrategias gubernamentales son suficientes para promover el emprendimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es importante tener un buen equipo de trabajo al momento de emprender	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted tiene problemas para asumir responsabilidades al momento de enfrentar una situación compleja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actualmente le sería difícil formar un equipo de trabajo para	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

desarrollar un emprendimiento.					
Se siente inseguro cuando alguien critica algo que ha realizado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En su medio, existen redes de contactos con instituciones que promueven el emprendimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted se considera una persona poco ingeniosa cuando se le presentan situaciones complejas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted tiene el deseo intenso de triunfar en la vida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si no alcanza sus objetivos en poco tiempo, suele perder el interés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frente a cualquier situación adversa, usted hace todo lo posible para conseguir su objetivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los más cercanos lo estimulan constantemente para desarrollar su espíritu emprendedor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Sus compañeros la consideran en muchos aspectos como un modelo a seguir porque generalmente toma la iniciativa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Motivaciones para emprender**

*Por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a los motivos para emprender según su propio punto de vista personal.*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Independencia personal (libertad de decisión, libertad económica)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en alguna institución académica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crear algo propio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Imposibilidad de encontrar un trabajo adecuado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afán de ganar más dinero que el percibido en dependencia a una empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conseguir un patrimonio personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser el líder de algo propio, ser tu propia jefa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conseguir una retribución justa al trabajo realizado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Barreras para emprender

Por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a las barreras para emprender según su propio punto de vista personal

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Riesgo demasiado elevado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de capital inicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado saturado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de conocimientos y experiencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Temor por fracasar y perder lo invertido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tener que trabajar demasiadas horas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No tener ingresos fijos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dudas sobre las capacidades propias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Demasiada burocracia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poco apoyo de parte de instituciones públicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Anexo 2 – Alfa de Cronbach





