



Universidad del Azuay

Posgrados

Maestría en Administración de Empresas
Mención Ventas

Diseño de un planificador empresarial dirigido al
progreso de las mujeres emprendedoras cuencanas
graduadas de la Universidad del Azuay

Autor:

María Alicia Cortez Guerrero

Director:

Enma Lucia Méndez, PhD(c).

Cuenca – Ecuador

2021

DEDICATORIA

Se la dedico a Dios mi padre celestial, quien me motivo y me levanto continuamente para pulirme en los estudios. A mi esposo, quien es mi fiel compañero, a mis padres, que los recuerdo todos los días y a mis hermanos, que son mi fortaleza y apoyo en mis proyectos profesionales.

AGRADECIMIENTO

Al concluir una etapa importante en mi vida, quiero extender un profundo agradecimiento por ser mi apoyo incondicional e inspiración. Esta mención en especial a Dios, mi esposo y hermanos. Muchas gracias a ustedes por hacerme conocer que puedo dar más de mí.

Mi gratitud también, a la escuela de posgrados y sus docentes quienes con sus enseñanzas constituyen la base de mi vida profesional.

RESUMEN

El Ecuador es un país conocido por la gran intensidad de emprendimiento que tiene su población. Las mujeres ecuatorianas desean ingresar al mundo de los negocios, sin embargo, su principal razón viene más motivada por la necesidad que por una oportunidad. Esa necesidad hace que se inicie bajo un nivel de informalidad, esto quiere decir, sin planificación adecuada. Las mujeres con conocimientos profesionales llegan a emprender; no obstante, en temas relacionados con administración, marketing, operación, entre otros, no han conseguido formalizar sus proyectos, y fracasan en su etapa inicial. Son varias las barreras que tienen, por ejemplo, la falta de apoyo por parte del gobierno, instituciones privadas y la inequidad de género, dificultando que se innove con una mayor seriedad. Por lo expuesto, el presente trabajo de titulación propone la elaboración de un Planificador basado en educación e instrucción empresarial, como una herramienta que apoye al desarrollo formal del proyecto.

Palabras clave:

Emprendimiento, Marketing, Planificador.

Abstract:

Ecuador is a country known for the great entrepreneurial spirit of its population. Ecuadorian women want to enter the business world; however, their main reason is motivated more by necessity than by opportunity. This need causes them to start informally, that is, without adequate planning. Women with professional knowledge take up entrepreneurship; however, in areas related to administration, marketing, operation, among others, they have not managed to formalize their projects, and fail in their initial stage. There are several barriers, for example, the lack of support from the government, private institutions, and gender inequality, making it difficult to innovate with greater seriousness. Therefore, this degree project proposes the elaboration of a planner based on education and entrepreneurial instruction, as a tool to support the formal development of the project.

Keywords:

Entrepreneurship, Marketing, Business Planner.



Contenido

1. INTRODUCCIÓN	1
2. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL	1
2.1 Apoyo Financiero	3
2.2 Formación Educativa	4
2.3 Impulso de Organizaciones a nivel nacional e internacional	5
2.4 Emprendimiento a nivel mundial	7
2.5 Generación Millennials	8
2.6 Emprendimiento en época de pandemia	9
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA.....	10
4. METODOLOGIA	11
4.1 Diseño del estudio	11
4.2 Método de estudio	11
4.3 Técnica de investigación	12
5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	12
5.1 La unidad de observación	12
5.2 Fuente de datos.....	12
6. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	14
7.1 Resultados	14
7.2 Validación del planificador empresarial	27
8. CONCLUSIÓN.....	29
9. RECOMENDACIÓN PARA INVESTIGACIONES FUTURAS	30
10. APENDICE.....	30
10.1 Tabla resumen entrevistas	30
11. BIBLIOGRAFÍA:	36

1. INTRODUCCIÓN

En Ecuador una parte considerable de la población tiene la intención de emprender, esto ha hecho que el país sea popular en la región por su alta tasa de emprendedores. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2019), en Ecuador emprendieron 3,6 millones de habitantes durante el año anterior. Uno de los principales indicadores del GEM, es la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) ¹, Chile con el 36,7% y Ecuador con el 36,2% encabezan este indicador, ubicando al país en un buen posicionamiento. En el mismo, incluyen a personas adultas que están en proceso de comenzar un negocio, o a quienes hayan iniciado alguno y que no sobrepase el umbral de 42 meses.

Una persona puede tener varios motivos para iniciar un negocio, logrando que los emprendedores formen sus ideas. Según el GEM (2019), dichas razones son: para marcar una diferencia, acumular gran riqueza, incrementar los ingresos, continuar los negocios familiares y ganarse la vida; debido a que el empleo escasea. En Ecuador el emprendimiento surge como consecuencia del desempleo en el 82,71% de personas que no consiguieron un trabajo formal.

2. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL

De acuerdo al análisis del entorno investigativo sobre la situación global de cómo marchan los emprendimientos femeninos. Información que se recabo con estudios ya realizados en el país y a nivel mundial, se han identificado 6 aspectos como relevantes que tiene que ver con la iniciación y desarrollo de un emprendimiento con perspectiva de género y que la sociedad, la cultura, así como otras organizaciones y el estado influyen con la consecución de estos negocios. Tales aspectos son:

- a. Apoyo Financiero
- b. Formación Educativa
- c. Impulso de Organizaciones a nivel nacional e internacional
- d. Emprendimiento a nivel mundial
- e. Generación Millennials
- f. Emprendimiento en época de pandemia

¹ La Tasa de Actividad Emprendedora, o TEA por sus siglas en inglés, es aquella que mide a todas las personas adultas que están en proceso de iniciar un negocio, o han iniciado uno que no sobrepasa el umbral de los 42 meses.

Cabe recalcar que el tema acerca de la generación Millennials, fue considerado en esta investigación, debido a que las entrevistas se centran en dicho segmento. No se valoró otras generaciones como los baby boomers o los Z, ya que según lo investigado los Millennials optan por el emprendimiento y creación de un número mayor de negocios, mismo que se explicara con más detalle a continuación.

Para empezar, según el Global Entrepreneurship Monitor (El Universo, 2020), en Ecuador por cada 100 emprendedores hombres hay 87 mujeres emprendedoras. Las principales actividades que realizan ambos son: agricultura, ganadería, comercio y actividades de alojamiento. Una iniciativa por parte de la compañía Herbalife Nutrition, con la ayuda de la empresa de investigación de mercado OnePoll, fue generar una encuesta donde analizaron los desafíos que encuentran 9000 mujeres de 15 países a nivel mundial al momento de iniciar un negocio. Lo más destacado fue que el 61% quieren ser sus propias jefas. En el caso de Ecuador, se reveló que el 76% de las mujeres quieren ser sus propias jefas, el 65% quiere ser soporte de familia y el 47% quiere seguir su pasión. La encuesta profundiza en que el 66% busca ser independiente por trato injusto en sus roles laborales. Las mujeres encuestadas han presentado desafíos en sus puestos de trabajo por ser comparadas con sus compañeros varones, en el caso ecuatoriano, se detalló que el 37% de las mujeres tienen menos posibilidades de promociones, el 38% no cuenta con un salario equitativo y el 52% sufre discriminación al estar en condiciones de maternidad, por lo que pospusieron sus carreras.

Problemáticas que las ecuatorianas enfrentaron en sus lugares de trabajo:

- Acoso sexual/sexismo en el lugar de trabajo. (44 %)
- Falta de salario equitativo. (39 %).
- Menos oportunidades de promoción comparado con colegas hombres. (37 %)
- Sus jefes/colegas no las toman en serio. (37 %)
- Se espera que se ocupen de sus hijos primero, además de trabajar. (34 %)
- Discriminación por embarazo. (33 %)
- Falta de consideración a mujeres para cargos directivos/gerencia. (31 %)
- Falta de modelos de rol femenino. (29 %)
- Exclusión de campos dominados por hombres. (20 %)
- Racismo y discriminación por etnia. (16 %)

Para las mujeres emprendedoras ecuatorianas, lo desafiante es conseguir la financiación adecuada. Según la encuesta Global Entrepreneurship (Ekos, 2020), los tres principales desafíos a la hora de emprender se relacionan con el dinero:

- Tener suficiente presupuesto para crecer. (64 %)
- Ganar lo suficiente como para compensar los costos. (56 %)
- Financiar su negocio a largo plazo. (53 %).

A continuación, se explica al detalle cada uno de los 6 aspectos relevantes que afectan en el desarrollo de un emprendimiento:

2.1 Apoyo Financiero

No se puede progresar con totalidad, ya que el apoyo financiero en el Ecuador se ubica por debajo del promedio regional (América Latina y el Caribe). Asimismo, entre lo que promueve u obstaculiza emprender, con menor predominio se menciona al clima económico del país.

Por otro lado, la plataforma digital Start-up² que usa tecnología blockchain³ llamada MUJERES WOW (Wow, 2020) nació bajo el compromiso de brindar ayuda financiera a las pequeñas empresas lideradas por mujeres. Busca revolucionar la toma de decisiones al realizar un préstamo bajo la confianza, comunidad y empoderamiento en el proceso de calificación crediticia, cambiando el enfoque tradicional de las entidades financieras. Puede otorgar créditos de hasta \$10.000 USD dólares para quienes buscan apoyo económico y esta aplicación estará disponible en el presente 2021.

Actualmente, el Banco BanEcuador como parte del estado, propone su crédito productivo para la mujer emprendedora que va desde los \$50,00 USD dólares hasta los \$20.000 USD dólares, el cual, se reajusta a tasas del 11,25% (Producción) y del 15,30% (Comercio y Servicios) (BanEcuador, 2021).

Del mismo modo, en el año 2010, International Finance Corporation introdujo a Ecuador en su programa Global Banking on Women, el cual colabora con instituciones financieras para prestar servicios financieros y no financieros a mujeres empresarias. En el caso de Ecuador, trabaja con el Banco del Pichincha. Para estas entidades, lo más importante es brindar

² Startup es una empresa que comercializa sus productos o servicios a través del uso de nuevas tecnologías con un modelo de negocio escalable que permita un crecimiento rápido y sostenible en el tiempo.

³ Blockchain es un sistema con el cual se pueden hacer transacciones seguras entre personas en todo el mundo sin necesidad de intermediarios. Mantiene un registro distribuido, descentralizado, sincronizado y muy seguro de la información que trabajan.

oportunidades a las mujeres empresarias, con el propósito de fomentar el desarrollo y crecimiento económico. Con su programa en América Latina y el Caribe, apoyan a miles de mujeres en cuatro países, con un total de \$685 millones de dólares de inversión. La corporación mediante sus análisis, indica que las mujeres que ahorran, tienen mayor liquidez y pueden calificar para un préstamo con mayor facilidad que un hombre (Corporation International Finance, 2018).

En el ámbito del Gobierno de la República del Ecuador, se emitió el Reglamento a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación a través del Decreto Ejecutivo 1113 del 27 de julio de 2020 (Pesca, 2020), el cual establece las normas y disposiciones para la aplicación de la Ley. Éste tiene como objetivo crear las condiciones adecuadas para fomentar en el país un ecosistema de nuevos proyectos productivos e innovadores, entre los beneficios está el acceso a los servicios y fondos financieros de inversión pública que serán publicados en la Guía Nacional de Emprendimiento; además, tendrá la información para el ecosistema emprendedor y será de fácil acceso al público. El fondo cuenta con \$10.050.000 USD dólares y tiene dos componentes: capital de crecimiento o semilla para emprendimientos que se encuentren en fase de idea y el capital progreso o de riesgo, para los proyectos que ya están en marcha.

2.2 Formación Educativa

En el ámbito educativo es necesario reconocer la urgencia de contar con esquemas de educación para emprendimiento, pues existen planteles en el bachillerato que ya cuentan con materias o módulos sobre emprendimiento y finanzas personales. Adicionalmente, se realizan diferentes concursos y ferias de emprendimientos alentados por los planteles y padres de familia. Lo mismo sucede en las universidades, en donde algunas carreras están basadas o direccionadas hacia el emprendimiento, al igual que sucede en diplomados, posgrados y doctorados.

Así mismo lo menciona, Gabriel Rovayo, director del IDE Business School, para la Universidad San Francisco de Quito, que la educación permite tener mayor conocimiento y desarrollo de diferentes aptitudes y actitudes a lo largo del tiempo. Una vez que un estudiante termina sus estudios universitarios, puede insertarse en el mundo laboral, sin embargo, es indispensable haber obtenido una educación de calidad. Los estudiantes que al graduarse carecen de un empleo fijo, buscan la manera de emprender, es decir, por necesidad y por hacer la diferencia. Como consecuencia, el Ecuador se destaca por ser un país de emprendedores

innatos. En contraposición, algunos emprendedores ecuatorianos que carecen de educación o no la han explotado lo suficiente, generan emprendimientos de comercio, pero los mismos en muchas ocasiones no tienen valor agregado o innovación (Rovayo, 2009).

Rovayo también menciona que, a lo largo del proceso educativo, se debería dotar de herramientas teórico - prácticas para que el estudiante pueda tener bases sobre el proceso de emprendimiento, tales como: dirección estratégica para sostenibilidad a largo plazo, generación de valor para la rentabilidad de la empresa o accionistas y creación de impacto en los stakeholders⁴; todo con el fin de mantener el equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental (Rovayo, 2009).

El Estado ecuatoriano con el Ministerio de Educación tiene el reto de facilitar las condiciones necesarias para que se desarrollen dichas herramientas y habilidades de los estudiantes, con el objetivo de que, en un futuro, este sistema educativo se consolide y de acuerdo con las experiencias y resultados se pueda estandarizar y replicar.

El reglamento a la Ley de emprendimiento (Pesca, 2020), incluye la incorporación de la formación y cultura emprendedora desde la educación básica y bachillerato, con el propósito de desarrollar planes de negocios o proyectos vinculados a la comunidad, que aporten a la titulación de los estudiantes. Entre tanto, la Educación Superior, deberá incorporar al menos un módulo de creación de planes de negocios o proyectos en todas sus carreras, no solamente en las administrativas y de perfil empresarial.

2.3 Impulso de Organizaciones a nivel nacional e internacional

El Pacto Global Ecuador y ONU Mujeres Ecuador, establecieron una alianza de cooperación para impulsar la incorporación de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPS), las cuales son un conjunto de prácticas empresariales que promueven la igualdad entre hombres y mujeres en todas las áreas de gestión. Esta iniciativa promovida por ONU Mujeres, propone la creación de oportunidades de desarrollo para las mujeres en el sector privado y público, igualdad de remuneración, ofertas de formación, capacitación y desarrollo profesional. Estas prácticas identifican los mejores mecanismos para crear un impacto y potenciar la igualdad, además, compartir diferentes fortalezas que puedan servir para otras empresas con el fin de insertar los principios del empoderamiento. Las actividades que realizan

⁴ Stakeholder es cualquier persona (empleado, socio, cliente, etc.) o empresa que de alguna forma afecta o puede ser afectada por las acciones de una organización con respecto a un proyecto.

las organizaciones suscritas, permiten desarrollar acciones para alcanzar el ODS N° 5 de la agenda 2030, el mismo que busca la igualdad entre los géneros. Los 7 principios son:

1. Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel.
2. Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación.
3. Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores, sean hombres o mujeres.
4. Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.
5. Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y mercadotecnia a favor del empoderamiento de las mujeres.
6. Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.
7. Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.

Bibiana Aído, representante de ONU Mujeres en Ecuador, resaltó que el país ha avanzado en materia de igualdad de género en las últimas dos décadas, debido a que todos los estudios señalan que la consideración de la igualdad de género en la tasa de participación laboral, tiene un impacto directo en el crecimiento del Producto Interno Bruto de los países. Por ende, los países con mayores cuotas de igualdad de género, son los más productivos y competitivos (González, 2019).

Además, en su entrevista con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Pro Amazonía, Aído menciona que la igualdad de género contribuye a construir con bases sólidas, una sociedad más justa e incluyente y no se puede desperdiciar el talento de la mitad de la población, es decir, las mujeres. Además, tanto hombres como mujeres deben trabajar de manera conjunta para acabar con las discriminaciones, la violencia y construir un país más eficiente e igualitario.

Con el aval de la Embajada de Estados Unidos y la Escuela de Negocios de la Cámara de Comercio de Quito (CCQ), se creó una iniciativa mundial llamada, Academy for Women Entrepreneurs (AWE), y en Ecuador es gestionada desde el año 2018. Esta iniciativa cuenta con un programa presencial de empoderamiento femenino, con capacitación empresarial bajo la modalidad E-learning. El mismo tiene como fin, formar y capacitar a las mujeres emprendedoras que están empezando o haciendo crecer sus pequeñas empresas. Así mismo, consta de doce cursos que se centran en los principios básicos de los negocios, incorporar

distintas herramientas y metodologías de clase mundial para generar nuevos aprendizajes. El programa se da de la siguiente manera:

1. Se realiza una convocatoria para el reclutamiento y selección de participantes con base en sus competencias.
2. El aprendizaje se da con módulos de administración y finanzas, marketing, ventas y servicios con speakers especializados.
3. Se entrega sesiones de coaching, liderazgo e innovación, empoderamiento y equidad de género.
4. Se fortalece el aprendizaje con el plan de acción “Company Games”, simulador de Emprendimiento y Tu Negocio en Marcha.
5. Se otorga premios como: afiliaciones CCQ, certificaciones ejecutivas CCQ, mentorías especializadas y Conecta AWE.

La misión de la iniciativa a largo plazo, es ampliar el impacto de 500 a 1500 mujeres, llegar a un alcance del programa a 50 ciudades para 2025, obtener inversión del sector privado y extranjero, encadenamiento productivo y generación de nuevos negocios, que desarrollará capital semilla para emprendimientos con oportunidades de expansión y seguimiento a emprendimientos.

2.4 Emprendimiento a nivel mundial

Avanzando con el tema, a nivel mundial existen varios estudios relacionados con el emprendimiento femenino y mencionan por qué las mujeres emprenden o no marchan con sus empresas. Como se indica en el artículo científico de Gálvez (2016) *“Motivations and decisive factors in women's entrepreneurship. A gender perspective in education and professional guidance”*, existe desigualdad de género, se cuestionan los mecanismos que operan en el desarrollo profesional de las mujeres y se habla de incluir una perspectiva de género orientada al emprendimiento profesional y la construcción de proyectos vitales.

En su estudio Siri (2012), ratifica que el 70% de las mujeres encuestadas en su investigación, eligieron el emprendimiento que deseaban, a su vez, destacó que los conocimientos menos poseídos son informáticos, competitividad del mercado, toma de riesgos, buenas prácticas de planificación, control y gestión estratégica y recursos productivos.

Verni (2013), señala que el riesgo es uno de los principales factores para que las mujeres no emprendan o que sus emprendimientos fallezcan. La falta de valentía y madurez indica que

no toman el riesgo y la acción para poder implementar un emprendimiento, además, confirma que la educación no debe darse solo antes o durante el emprendimiento, sino es una etapa dinámica que evoluciona en todo el proceso de emprender, con el fin de mejorar el comportamiento empresarial, las habilidades y la toma de decisiones.

2.5 Generación Millennials

La generación de los millennials, en este segmento, tiene una perspectiva diferente acerca del ámbito laboral, tanto en su nuevo paradigma en las relaciones laborales y su mayor enfoque al emprendimiento.

Según un estudio de Paribas Global Entrepreneur Report (2016), 2.600 jóvenes empresarios nacidos entre 1980 y 1995 de 18 países de Asia, Europa y Estados Unidos, los llamados “millennipreneurs”, participaron y pusieron en marcha una media de 8 empresas, frente a las 3.5 compañías fundadas por los denominados “baby boomers”.

Ortega (2014), menciona que los millenials con respecto a sus vidas académicas, creen que educarse es fundamental y decisivo para destacarse en el mercado laboral y ser más competitivos; por tal razón, prefieren extender su formación educacional o conseguir su título universitario antes de obtener una oportunidad laboral o emprender, también como consecuencia de la crisis actual en la sociedad.

Según Haber (2016), la alta capacidad de emprendimiento y éxito de este colectivo, se basa en seis características:

1. Espíritu colaborativo:

Esta generación se caracteriza por crear fuertes alianzas entre ellos, desarrollando su trabajo en colaboración con otros profesionales. Muestra de ello son los espacios de coworking como un escenario donde todos tienen algo que aportar.

2. Preparación:

Los millennials representan la generación más preparada y cualificada de la historia. Ellos mismos consideran que la educación es esencial para tener éxito en la vida.

3. Apuestan por el emprendimiento:

Creen en un futuro mejor, donde tengan capacidad de decisión y puedan controlar sus propias vidas, sin estar sometidos a un horario de ocho horas.

4. Sentimiento de protección:

Los jóvenes tienen menos miedo de arriesgarse por ser influidos, en parte, por el clima de protección en el que han sido criados. Los millennials han contado con el amparo de sus progenitores en todo momento.

5. Digitalización:

Al ser nativos digitales, tienen acceso ilimitado a la información, que les han permitido ampliar sus conocimientos y perspectivas del mundo y relacionarse de una forma inmediata a través de las redes sociales.

6. Responsabilidad:

Los millennials tienen un profundo sentido de la responsabilidad, aunque, también puedan ser calificados como la generación de jóvenes que ni estudian ni trabajan.

2.6 Emprendimiento en época de pandemia

La presidenta ejecutiva Isabel Noboa (2021), en su entrevista para la revista Ekos, menciona que los aspectos importantes de las mujeres en los emprendimientos son el surgimiento de la economía, los aspectos sociales y culturales post Covid-19. Frente a la crisis, las mujeres han reafirmado la capacidad de adaptarse, a pesar de que sea complejo el mundo de los negocios y también reflexiona que el emprendimiento femenino es la clave para despegar la economía y el sector social.

De acuerdo con el informe del Índice Mastercard de Mujeres Emprendedoras (MIWE) (Hernández, 2020) menciona que las mujeres se han visto afectadas con las siguientes cifras:

- El 87% de las empresas a nivel mundial, liderado por mujeres, han sido afectadas por el covid-19.
- El 42% de las mujeres emprendedoras transformaron sus modelos de negocios a plataformas digitales.
- El 37% desarrollaron nuevos proyectos, de acuerdo con la necesidad y el momento.
- El 34% identificaron nuevas oportunidades de negocio durante la pandemia.

La ONU Mujeres América Latina y El Caribe (2020), indica que la crisis provocada por la pandemia ha demostrado grandes desafíos para la sociedad, haciendo más evidente la desigualdad de género. Las mujeres son las más afectadas por el aumento del desempleo, la pobreza y la sobrecarga de trabajo no remunerado. Según la ONU lo que se requiere es lo siguiente:

1. Avanzar hacia un pacto fiscal y de género que tome en cuenta las necesidades de las mujeres, con el objetivo de mitigar la emergencia e impulsar una reactivación sostenible y justa.
2. Reforzar el financiamiento de políticas focalizadas en mujeres, durante y después de la pandemia, ya sea con servicios integrales de atención en violencia de género, salud sexual y reproductiva, cuidados y garantizar un ingreso básico de emergencia a mujeres en situación de pobreza.
3. Invertir en la economía del cuidado, como dinamizador para una reactivación económica con igualdad incluyendo la formalización, remuneración y seguridad social de trabajadores.
4. Redistribuir las responsabilidades del cuidado, avanzar en la transformación de los mercados laborales y lograr mayor corresponsabilidad entre el Estado, los hogares, el mercado y las comunidades.
5. Expandir cobertura de programas de empleo y protección social para garantizar los derechos de las mujeres migrantes, afrodescendientes, indígenas, rurales, de comunidades de base y mujeres con discapacidad.

Con base en lo expuesto en las subsecciones previas, he identificado que el principal problema para la consolidación del emprendimiento femenino es la dificultad de acceso a fuentes de financiamiento acompañado por la falta de normas y políticas por parte del estado ecuatoriano y la débil formación educativa de cómo crear y sostener un negocio a largo plazo. El presente trabajo de investigación busca contribuir a mejorar la estructura conceptual, partiendo de que las mujeres adquieran conocimiento profesional sobre negocios, su administración, gestión, planificación, para así conducirlo profesionalmente con técnicas que guíen el camino correcto y puedan mantener un equilibrio con el entorno que les rodea y lo que desean emprender.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA

Para guiar la presente investigación, se plantearon los siguientes objetivos:

1. Estudiar y analizar las estadísticas de los emprendimientos femeninos en el país.
2. Determinar bajo una investigación de mercados, si las mujeres emprendedoras cuencanas poseen un plan y modelo de negocios detallado.

3. Diseñar y construir una herramienta de soporte a la planificación empresarial requerida por los emprendimientos femeninos.
4. Realizar pruebas piloto y análisis de la utilidad del planificador empresarial.

La propuesta se basa en el diseño de un planificador empresarial que encamine a las mujeres emprendedoras a pasar sus ideas de negocio a emprendimientos, con bases sólidas en administración de empresas, negociación, marketing y ventas.

4. METODOLOGIA

4.1 Diseño del estudio

Para el desarrollo del presente artículo de investigación se utilizaron diferentes fuentes de datos como artículos científicos, entrevistas a conocedores expertos, páginas web relevantes, información de ONGs, empresas privadas y entidades del estado ecuatoriano, los cuales, ayudaron a levantar información necesaria y útil para el proceso investigativo. Esto con el fin de conocer diferentes opiniones y perspectivas de la situación, como también, generar un marco teórico que abarque todas las ideas de los autores de manera entendible.

Del mismo modo, presenta un enfoque cualitativo para explicar de manera descriptiva el comportamiento de las emprendedoras y obtener resultados a través de un muestreo por conveniencia.

4.2 Método de estudio

Tipo de investigación:

- Exploratoria, para poder obtener información inicial e identificar la problemática en diferentes fuentes de datos del país y de la región que permita recabar información útil sobre la situación de los emprendimientos del género femenino y las repercusiones que tiene en sus inicios y desarrollo; así como también las brechas que se presentan y las dificultades que el género ha tenido en el siglo presente.
- Descriptiva, para identificar la actualidad de las mujeres emprendedoras cuencanas graduadas de la Universidad del Azuay, su relación con la problemática actual y cómo llevan sus emprendimientos, día a día, desde sus inicios y durante el progreso de ser un negocio formal.

4.3 Técnica de investigación

Se realizaron 14 entrevistas a profundidad a mujeres emprendedoras para obtener información directa de las estudiantes graduadas del año 2019 de la Universidad del Azuay, que pertenecen a diferentes sectores económicos de comercio, servicios, producción y manufactura. Se estructuró un cuestionario de 20 preguntas, con el propósito de determinar la situación actual de cada emprendimiento consolidado y liderado por mujeres millennials, el conocimiento que poseen sobre administración y sus bases de acuerdo a la actividad que realizan. En este caso, se intentó conocer más de cerca lo que cada emprendedora piensa de su emprendimiento, las brechas que posee, el conocimiento en materia de administración de empresas y marketing estratégico. Como también, se pudo conocer el deseo de las emprendedoras por mejorar su negocio y formalizarlo en temas como: finanzas, talento humano, producción, marketing, operaciones, administración, negociación, entre otros. Además de obtener resultados para ser interpretados y analizados.

5. POBLACIÓN Y MUESTRA

5.1 La unidad de observación

Mujeres emprendedoras graduadas de la Universidad del Azuay en la ciudad de Cuenca en el año 2019. Para realizar la investigación se optó por una muestra no probabilística conformada por mujeres con perfiles similares y que su actividad diaria y sustento de vida sea el emprendimiento.

5.2 Fuente de datos

En la Tabla 1, se encuentra la información sobre los graduados (hombres y mujeres) del año 2019 de la Universidad del Azuay.

Tabla 1. Número de mujeres y hombres graduados de la Universidad del Azuay en el año 2019.

Facultad	Hombres	Mujeres	Total
Ciencias de la Administración	104	163	267
Ciencias Jurídicas	33	58	91
Ciencias y Tecnología	129	84	213

Diseño, Arquitectura y Arte	112	128	240
Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación	65	203	268
Medicina	28	33	61
Total	471	669	1140

Fuente: Departamento TI Universidad del Azuay

En el año 2019 hubo un total de 1140 alumnos graduados, los cuales 669 fueron mujeres y 471 hombres. La facultad que obtuvo mayor número de graduados entre hombres y mujeres fue la facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación con 268, seguido por la facultad de Ciencias de la Administración con 267.

En el caso del género femenino, la Universidad tuvo un número mayor de graduadas con relación al género masculino, en donde fueron 203 graduadas de la facultad de Filosofía, seguido por Administración con 163 graduadas y Diseño con 128 graduadas.

6. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Se aplicó un muestreo por conveniencia ya que para el caso de estudio existe una población grande a ser evaluada, por esa razón se encuestó a 14 mujeres emprendedoras. Catorce miembros que comparten las siguientes características:

- Emprendimiento conducido por una o varias mujeres
- Que tenga ya más de un año en operación
- Situado en el casco urbano de Cuenca
- Estudiantes graduadas de la Universidad del Azuay en el año 2019
- Que tengan una edad promedio entre 24 y 35 años
- Se consideran participantes próximos al investigador

La consultora política cuencana graduada de la Universidad del Azuay como Ing. en Marketing en el año 2015, Grace Margarita Jiménez Riofrio (2020), menciona que un estudio basado en el género femenino fortalece las investigaciones con perspectiva de género y ayuda que a establecer pilares que incluyan a mujeres en textos académicos como autoras de los mismos, logrando de esta manera acabar con la idea de que los estudios de género no son Ciencias Políticas y no existen “temas de hombres” y “temas de mujeres”. Ella recalca que se

puede crear y difundir artículos científicos a medida de lo posible. Para erradicar la desigualdad de género en distintas áreas es necesario que estemos conscientes sobre cómo podemos aportar en el día a día.

7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

7.1 Resultados

Con la información recopilada sobre el rol de la mujer emprendedora de la ciudad de Cuenca se procedió a elaborar las entrevistas a profundidad y posteriormente a procesar los resultados obtenidos, mismos que se detallan a continuación.

- **Pregunta 1: ¿Cuáles crees que son las cualidades de una mujer emprendedora?**
 - Resiliente
 - Responsable
 - Creativa
 - Arriesgada
 - Humilde
 - Curiosa
 - Tolerante
 - Espiritual

Como resultado de la pregunta 1, se enfatizó en que una mujer puede desarrollar y perseverar dichas cualidades a través del tiempo para lograr que un emprendimiento este en marcha y cumpla con los objetivos planteados. A su vez, se manifestó diferentes cualidades que cualquier tipo de persona debería tener para poder cumplir sus sueños, como conseguir diferentes objetivos y metas planteados desde la niñez hasta la madurez.

- **Pregunta 2: ¿Crees que las mujeres emprenden por las oportunidades que tienen o por necesidad?**

La necesidad hace que una mujer emprenda, ya que tiene que velar por una familia es decir cubrir los gastos básicos como alimentación, vivienda, medicina y educación. Por otro lado, no descartan que una mujer con conocimientos académicos, experiencias laborales y conocimientos en como prestar un servicio o elaborar un producto pueda afianzar dichos saberes y emprender por oportunidad.

De acuerdo al GEM (2019) y el resultado de la pregunta 2, concuerdan en que las mujeres emprenden por necesidad. Ya que, les permite cubrir gastos principales para su familia y para ahorrar ante emergencias. Por otro lado, es necesario recalcar que las encuestadas afirman que una mujer con educación y culta también puede emprender por oportunidad, porque tiene la convicción de que sus estudios adquiridos les ayuda a ejercer, como también, el apoyo de la familia o instituciones que avalan sus conocimientos académicos de tercer nivel.

- **Pregunta 3: ¿Cuál crees que serían las barreras de una mujer ecuatoriana al emprender?**

Se identificaron las siguientes, según el pensamiento de las encuestadas:

- Desigualdad de género
- Prejuicio social
- Falta de capacitación
- Falta de apoyo del estado
- Capital
- Materia prima escasa
- Impuestos, trámites municipales

Con respecto a la tercera pregunta, las encuestadas toman como 7 las principales barreras. La desigualdad de género dificulta que una mujer pueda emprender por sus propios méritos y alcanzar los objetivos a corto y mediano plazo a comparación con el género opuesto. También se genera un prejuicio social, es decir la cultura machista que todavía existe en el país y que el género femenino es la parte vulnerable del hogar. La falta de capacitación y apoyo por parte del estado, así como la falta de capital, materia prima escasa en el sector y los trámites municipales burocráticos que todavía se tiene en el sector. Son barreras que limitan a las mujeres para poder emprender o continuar con sus proyectos y prefieren buscar un empleo fijo o también emprender con el miedo de no surgir a causa de estas condiciones.

- **Pregunta 4: ¿Crees que a tu edad es buena idea emprender?**

Las mujeres de 25 años, en promedio, creen que mientras más temprana es la edad, mejor será emprender; ya que se aprende de las experiencias laborales, por ejemplo, al gestionar proyectos, trámites municipales, administración de personal, atención al cliente, producción, venta y servicio postventa. La experiencia genera aprendizaje que sirve para futuros emprendimientos, no obstante, las mujeres anhelan emprender, pero no pueden obtener muchas ventajas al hacer negocios o mejorar procesos porque, según proveedores, entidades financieras, el estado y posibles socios, no es la edad adecuada de fundar una empresa y gestionarla.

○ **Pregunta 5: ¿Por qué decidiste emprender?**

- Necesidad económica
- Ejercer la profesión
- Crear una marca propia
- Amar lo que se hace
- Ser propio jefe
- Crear impacto en la sociedad

Para las mujeres encuestadas las principales razones que les motivaron a emprender fueron por necesidad económica para sustentar gastos diarios, ejercer la profesión que invirtieron varios años, dinero y esfuerzo. Crear su propia marca y hacer la diferencia con la misma. Poner en práctica lo que les gusta hacer. Ser totalmente independiente y crear impacto en la sociedad por ser joven y emprender.

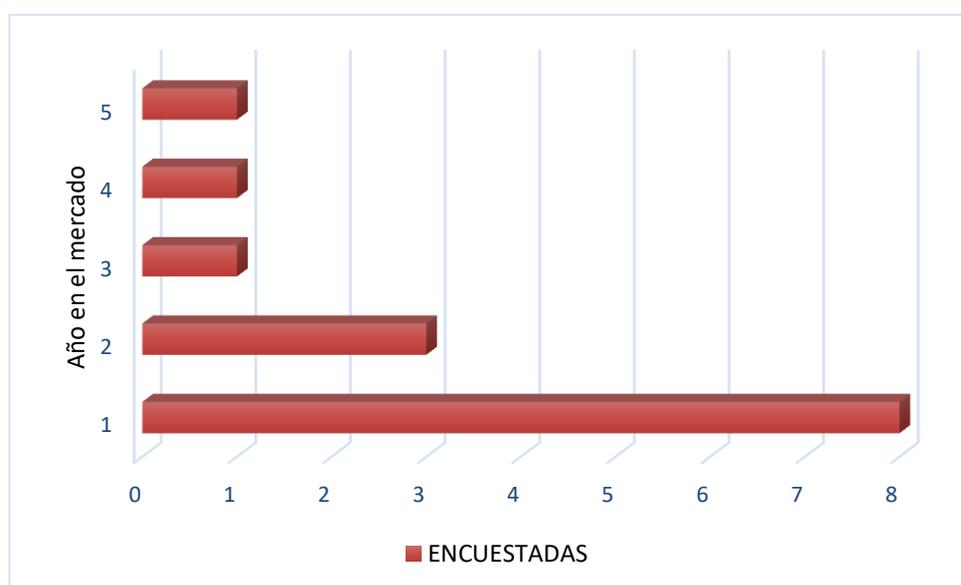
○ **Pregunta 6: ¿Cuánto tiempo el emprendimiento lleva en el mercado?**

Tabla 2. Tiempo del emprendimiento en el mercado.

NÚMERO DE AÑOS	ENCUESTADAS
1	8
2	3
3	1
4	1
5	1

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1. Tiempo del emprendimiento en el mercado.



Fuente: Elaboración propia.

El emprendimiento de las encuestadas lleva un promedio de un 1 año. Las mismas que afirman que con trabajo y dedicación pueden pasar la brecha de los negocios sobre pasando los 5 años. Al momento desean concentrarse en mejorar procesos, la atención al cliente y definir estrategias alineadas a los objetivos planteados.

○ **Pregunta 7: ¿El emprendimiento lo fundaste tu sola o no? Explique**

Al iniciar lo conformaron solas; en la actualidad tienen colaboración de un familiar o empleado externo. El 100% de las encuestadas indican que comenzaron solas su emprendimiento y hasta la actualidad lo mantienen así. Salvo el caso donde necesiten ayuda extra, recurren con un familiar, amigo o personal externo para diferentes procesos o acciones a necesitar.

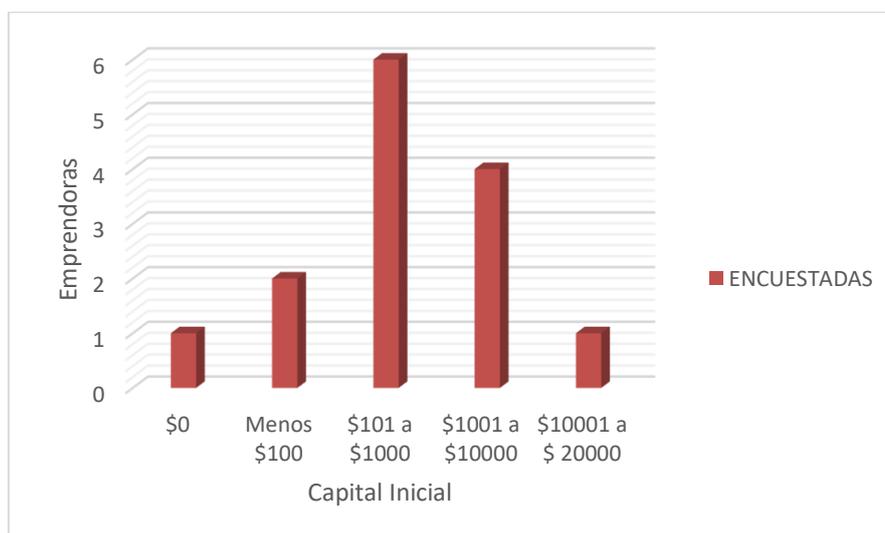
○ **Pregunta 8: ¿Cuál fue el capital inicial?**

Tabla 3. Capital inicial del emprendimiento.

Capital Inicial	Número de Encuestadas	Porcentaje (%)
\$0	1	7,14%
Menos \$100	2	14,29%
\$101 a \$1000	6	42,86%
\$1001 a \$10000	4	28,57%
\$10001 a \$ 20000	1	7,14%
Total	14	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2. Capital inicial del emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia.

Para las encuestadas fue primordial iniciar con capital para sus negocios. El 42,86% comenzaron con un capital promedio entre \$101 a \$1000 dólares. Este inicio se dio gracias a ahorros y prestaciones que pudieron obtener. Seguido del 28,57% de las emprendedoras que optaron por mayor capital entre \$1001 a \$10000 dólares, las mismas que solicitaron un crédito para obtener dicha cantidad.

- **Pregunta 9: ¿Desearía formalizar su emprendimiento, es decir, convertir su emprendimiento en una empresa legalmente formada?**

Las emprendedoras quieren formalizar sus emprendimientos, piensan que así lograrán abrir más plazas de empleo y trascender con su negocio a pesar de los riesgos. Sin embargo, pueden tener deudas, ya que incurren en mayores responsabilidades con el SRI, IESS entre otras instituciones. Toda emprendedora quiere crecer en su emprendimiento y llegar a formar una empresa legalmente conformada y que pueda ser rentable a través del tiempo. Las encuestadas tienen ese afán y también más incertidumbre ante la mayor responsabilidad con el estado y los empleados.

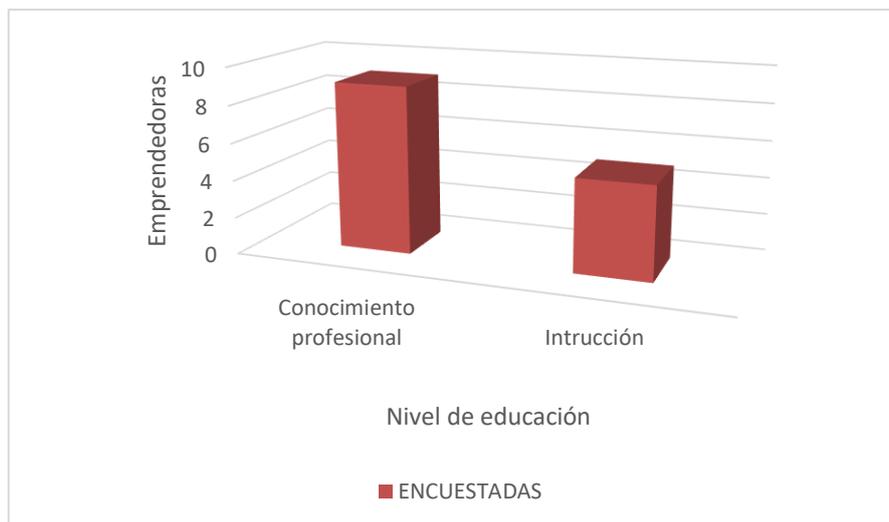
- **Pregunta 10: ¿En lo que decidió emprender, tiene conocimientos profesionales o los adquirió con el tiempo?**

Tabla 4. Nivel de educación.

Tipo	Encuestadas
Conocimiento profesional	9
Instrucción	5

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3. Nivel de educación.



Fuente: Elaboración propia.

Con el 64,39% de las mujeres encuestadas, indicaron que el conocimiento profesional que adquirieron en su preparación y graduación de tercer nivel es de gran importancia, ya que les ha permitido emprender y ser una entrada para fijar su propósito. Por el contrario, con el 35,71% aprendieron en el proceso de su emprendimiento, con instrucción familiar y profesional para así poder incursionar en el mundo de los negocios. Más aún, poder servir a los clientes los productos y/o servicios que ofrecen.

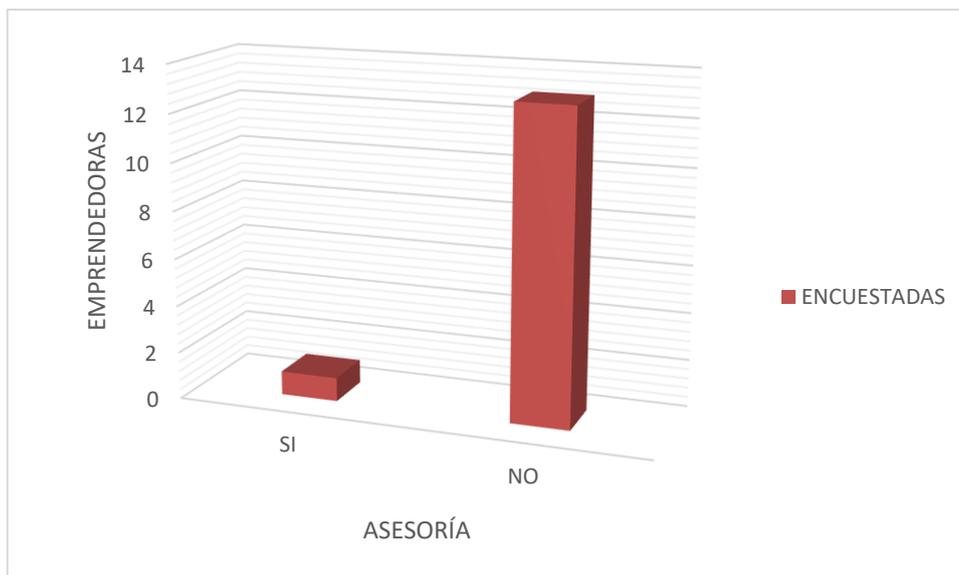
- **Pregunta 11: ¿Ha solicitado asesoría o ayuda para poner en acción el emprendimiento?**

Tabla 5. Asesoría para el emprendimiento.

Asesoría	Encuestadas
Si	1
No	13

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4. Asesoría para el emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia

El 93% de las emprendedoras no han recibido asesoría en el transcurso de tiempo desde que iniciaron operaciones con el negocio. No obstante, no dudarían en recibirla, ya que esto permitiría mejorar sus conocimientos y sus procesos en el emprendimiento y obtener resultados medibles y entendibles para el bien del proyecto.

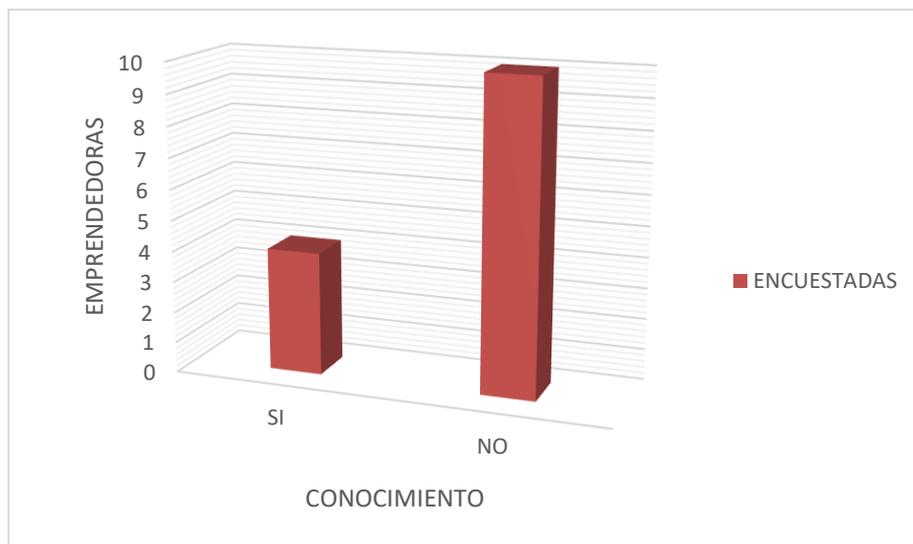
- **Pregunta 12: ¿Tiene conocimientos en gestión empresarial?**

Tabla 6. Gestión empresarial.

Conocimiento	Encuestadas
Si	4
No	10

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5. Gestión empresarial.



Fuente: Elaboración propia.

El 71% de las encuestadas indican no tener conocimiento en gestión empresarial, es decir emprenden por el conocimiento propio en el producto o servicio que ofrecen. Además, mencionan que aprenden en el proceso y de la experiencia diaria que reciben con la comercialización o entrega del servicio.

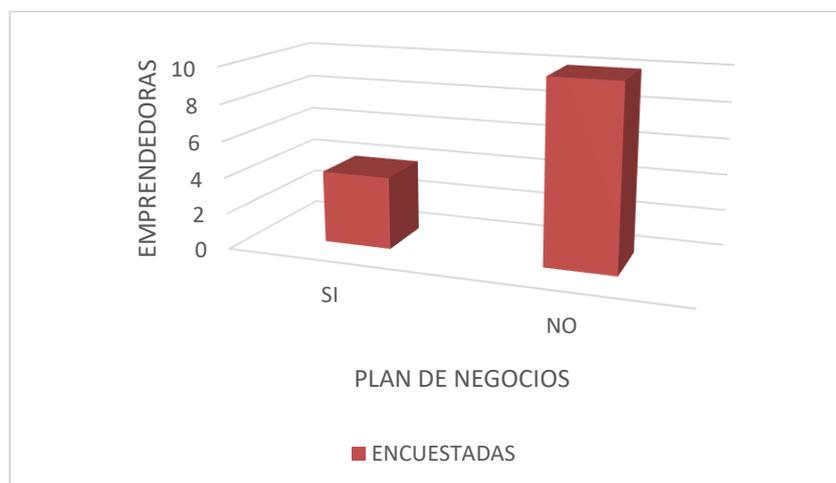
- **Pregunta 13: ¿Tiene un plan de negocios detallado por escrito?**

Tabla 7. Plan de Negocios.

Plan de negocios	Encuestadas
Si	4
No	10

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6. Plan de Negocios.



Fuente: Elaboración propia.

Las encuestadas emprendedoras con el 71% no tienen un plan de negocios detallado por escrito, aunque quisieran tener los conocimientos necesarios para detallarlo de manera clara. Emprenden con la instrucción que tienen y se enfocan en conseguir y mantener clientes, así como también en fomentar los atributos de los productos y la experiencia del servicio.

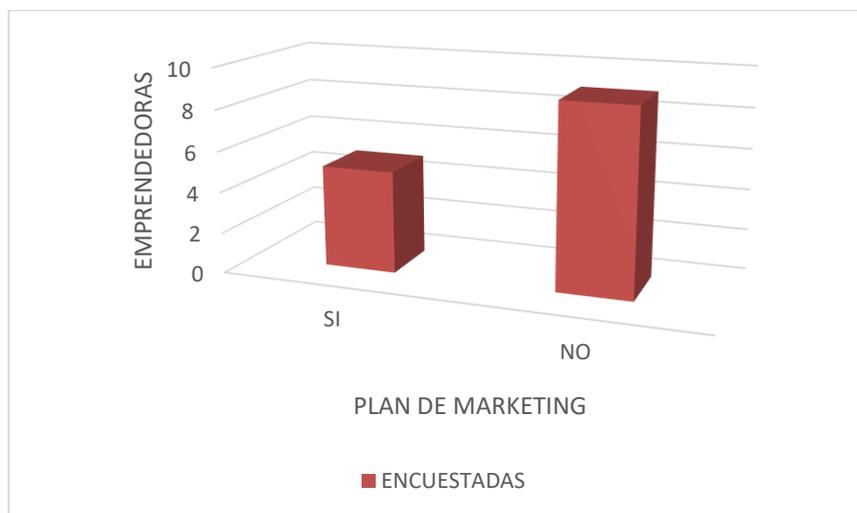
○ **Pregunta 14: ¿Tiene un plan de marketing para el año?**

Tabla 8. Plan de Marketing.

Plan de marketing	Encuestadas
Si	5
No	9

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7. Plan de Negocios.



Fuente: Elaboración propia.

El 64% de las mujeres no tiene un plan de marketing para el resto del año. No tienen detallados ni presupuestados los esfuerzos de marketing para el emprendimiento. Ya que no pueden escribirlo y tienen incertidumbre sobre sus acciones, consideran que si tuvieran el plan podrían mejorar su gestión empresarial.

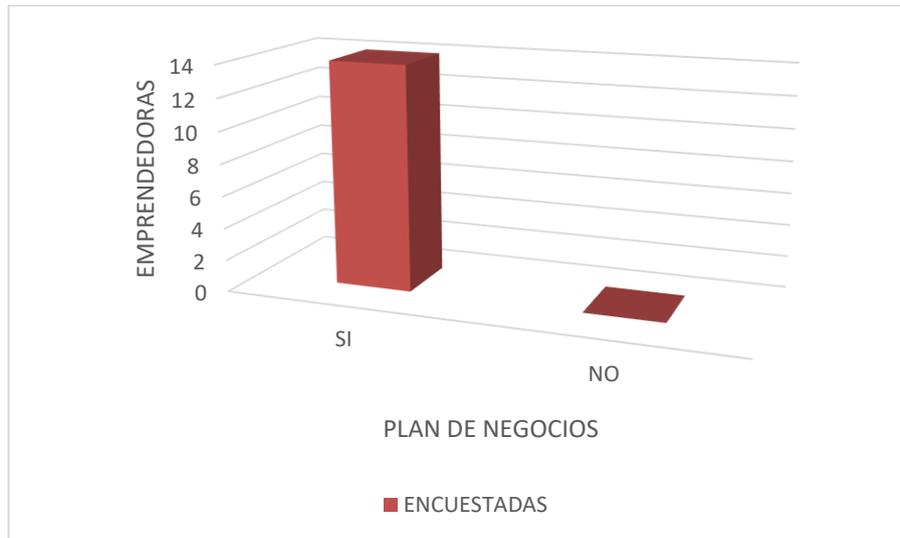
○ **Pregunta 15: ¿Crees que, con el plan de negocios, tuvieras mejores resultados en el emprendimiento?**

Tabla 9. Poseer un plan de negocios.

Poseer un plan	Encuestadas
Si	14
No	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8. Poseer un plan de negocios.



Fuente: Elaboración propia.

Las emprendedoras creen firmemente que un plan de negocios les ayudará a manejar de manera estratégica y equilibrada sus emprendimientos, como también a comprender a cabalidad los conceptos de administración de empresas. Ante la dinámica constante del mercado, indican que es necesario ser capaz de modificar la ventaja competitiva y no desviarse del propósito de la empresa.

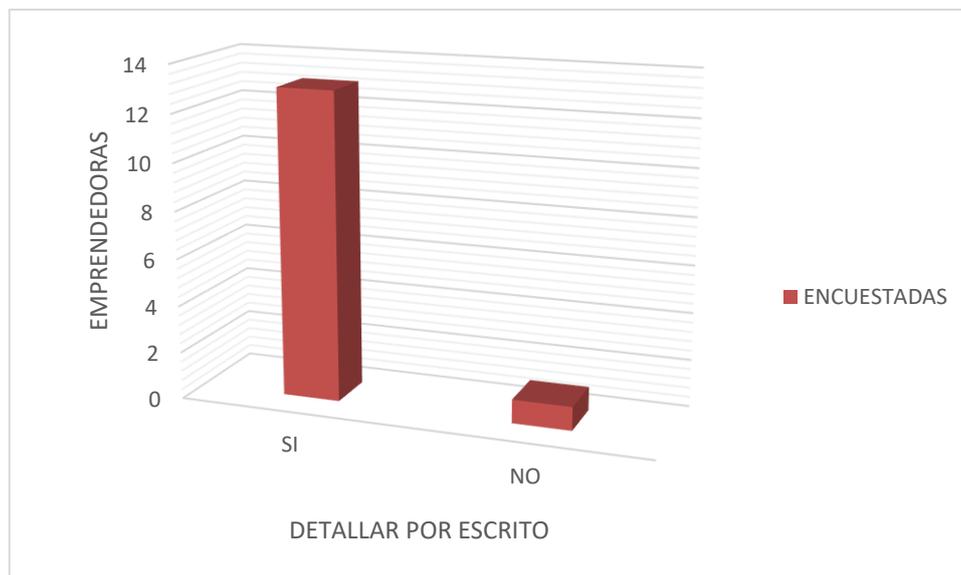
- **Pregunta 16: ¿Crees que te iría mejor al detallar por escrito tus ideas, para desarrollar el emprendimiento?**

Tabla 10. Detallar por escrito las ideas.

Detallar por escrito las ideas	Encuestadas
Si	13
No	1

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9. Detallar por escrito las ideas.



Fuente: Elaboración propia

El 93% de las mujeres mencionan que detallar por escrito, les permite estar más organizadas y enfocadas en sus metas. Mantener una mente clara con todo lo que conlleva llevar un emprendimiento y sus procesos a fin que sea rentable el negocio con el paso de los años.

○ **Pregunta 17: ¿Qué entiende por un planificador empresarial?**

En general, se entiende como una guía para poder describir internamente las ideas de estrategias y procesos de la empresa y su imagen externa desde el punto de vista de clientes, proveedores y requerimientos burocráticos. Así también, ayuda a organizarse y detallar planes de acción. Las emprendedoras por su conocimiento adquirido en sus negocios y el diario vivir de un emprendimiento, sí comprenden que un planificador empresarial es una guía para mejorar la gestión de los negocios.

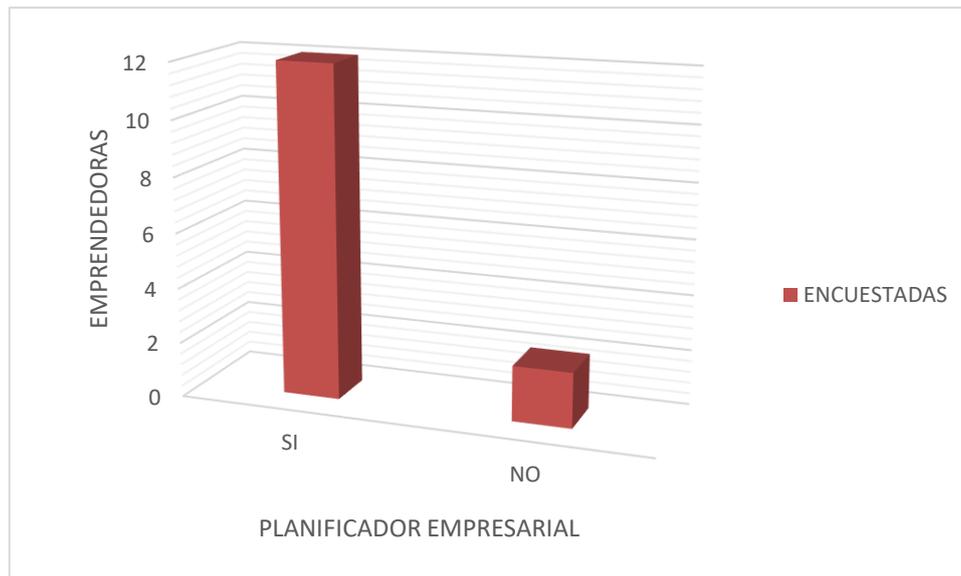
○ **Pregunta 18: ¿Quisiera tener un planificador empresarial, un organizador donde le permitiera detallar el proyecto vigente o futuros negocios?**

Tabla 11. Planificador empresarial.

Planificador Empresarial	Encuestadas
Si	12
No	2

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 10. Planificador empresarial.



Fuente: Elaboración propia

El 86% de las encuestadas, mencionan que sí desean tener un planificador empresarial para llevar sus negocios o futuros emprendimientos con más detalle y conocimiento. Además, éste les permitirá tener todas sus ideas ordenadas y organizadas en todas las áreas pertinentes.

- **Pregunta 19: ¿Qué temas le gustaría que contenga el planificador empresarial? Escoja lo que más le interese para su gestión.**

Las áreas seleccionadas fueron las siguientes:

- Acerca de mi
- Acerca de mi negocio
- Filosofía empresarial
- Debilidades y Amenazas
- Fortalezas y Oportunidades
- La Competencia
- Producto y/o Servicio
- Marca
- Precio
- Plaza
- Promoción
- Marketing Research
- Tipo de Consumidor / Cliente ideal
- Marketing Digital
- Entorno Legal
- Fondos o Presupuesto
- Inversores
- Estilo de Operación
- Necesidad de Personal
- Evaluación del proyecto
- Diario empresarial

Para las encuestadas dichos temas representan a gran escala las razones para poder continuar con el emprendimiento y que no fallen en la toma de decisiones. Estos temas les servirá para detallar sus proyectos o futuros emprendimientos y saber que pueden contar con el planificador para observar sus ideas y analizar con un pensamiento más estratégico y gerencial.

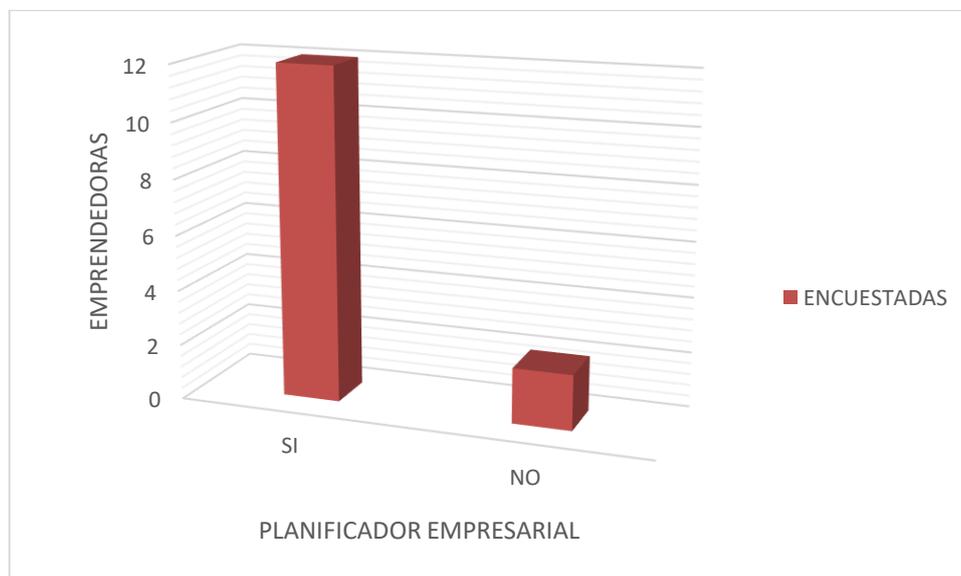
- **Pregunta 20: Si pudieras acceder a un planificador empresarial con perspectiva de género. ¿Lo adquirirías?**

Tabla 12. Planificador empresarial.

Adquirir el planificador empresaria	Encuestadas
Si	12
No	2

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11. Planificador empresarial.



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico 11, indica que con el 86% de las encuestadas, está dentro de sus expectativas el adquirir el planificador empresarial. Mencionan que sería interesante obtenerlo y así plasmar sus objetivos y colocar sus esfuerzos de marketing, gestión empresarial y ventaja competitiva para llevar su emprendimiento al siguiente nivel. Del mismo modo, ayudará a posicionar la empresa en la mente de sus consumidores, llegar a desarrollar nuevos productos y servicios, crear un plan estratégico para mejorar la relación con la administración, procesos,

costos, distribución, productividad, entre otros. También comentan que a más de tener el planificador desean contar con asesoría para el uso correcto y poder mejorar sus conocimientos.

7.2 Validación del planificador empresarial

Con la finalidad de conocer el nivel de cumplimiento de los objetivos de la presente investigación, se realizaron dos validaciones de la propuesta, detallados a continuación:

Aplicación de criterio experto (proveniente de docentes universitarios):

Se valida con 4 docentes de la Universidad del Azuay, expertos en la rama de emprendimiento y negocios, con las siguientes observaciones:

Tabla 13. Planificador empresarial.

PREGUNTA	RESULTADO
1. ¿Cree que es de utilidad completar las preguntas para el progreso de un emprendimiento? ¿Por qué?	El 50% de los docentes mencionaron que, sí es útil responder las preguntas, los demás comentaron parcialmente.
2. ¿Cree usted que los temas incluidos en el planificador ayudan al emprendedor a plasmar su idea de negocio? ¿Por qué?	El 100% de los encuestados creen que el temario es útil para emprender.
3. ¿Considera que es necesario tener mínimo formación universitaria para llenar el planificador? ¿Por qué?	El 50% de los docentes comentan que si es necesario formación universitaria para poder completar el planificador.
4. ¿Piensa usted que el planificador contribuye a la puesta en marcha del emprendimiento? ¿Por qué?	El 100% de los profesores piensan que si contribuye el planificador para emprender.
5. ¿Considera usted que es necesario incluir un glosario con varias definiciones o links de palabras claves?	El 100% de los docentes indica que si es necesario un glosario con definiciones.
6. ¿Usted cree que el emprendedor deba tener acompañamiento o asesoría para responder las preguntas?	El 75% de los encuestados mencionaron, si se lo requiere se debería dar asesoría para responder cada temario.
7. ¿Considera usted que la estructura del planificador es de fácil comprensión para el emprendedor? ¿Por qué?	El 50% de los docentes indican que, sí es de fácil comprensión el planificador, contra los demás profesores que mencionan que es parcialmente comprensible.
8. ¿La propuesta del planificador le parece creativa? ¿Por qué?	El 75% de los profesores les parece creativa la propuesta.

9. ¿Cree que al escribir a mano es esencial aun en esta época digital?	Para el 75% de los docentes encuestados es esencial aún escribir a mano.
10. ¿Cree que el estilo de la escritura es adecuado para el segmento de los usuarios a quienes está dirigido? ¿Por qué?	El 50% de los docentes creen que el estilo de la escritura es el adecuado.

Fuente: Elaboración propia

Las respuestas a las preguntas abiertas del tipo ¿Por qué?, se indican a continuación:

Los docentes mencionan que el planificador empresarial sirve como una guía para las mujeres emprendedoras tanto por el hecho de que el contenido tiene suficientes temas relacionados a la administración empresarial como de gestión de marketing. No obstante, mencionan que la guía debería ser más corta e incluir acompañamiento o asesoría si de ser necesario. Además, para los expertos sugieren colocar un glosario con diferentes definiciones a pesar de que conozcan del tema por sus estudios en ciencias de la administración, pero para emprendedores de otras profesiones se requerirá ayuda para llenar la guía por lo que requerirán de la asesoría de un experto. Los emprendedores con estudios de grado pueden llenar el planificador, pero les interesa el público exacto al que se ofrecería dicho producto ya que para emprendedores de otras zonas geográficas o nivel de educación sería algo complejo el desarrollo de la guía. Al parecer los docentes están de acuerdo en que el manual sea físico ya que creen en la importancia de escribir a mano las ideas. También consideran al planificador como una herramienta interactiva y dinámica para los emprendedores con un lenguaje coloquial o formal dependiendo a que segmento se dirija.

Validación por parte de emprendedores encuestados:

Se presentó la guía a 3 encuestadas en una versión previa del documento, seleccionadas de acuerdo con la confianza en la relación con ellas, la discreción de la prueba y el tiempo que ellas tenían disponible para responder. En conversaciones mantenidas con las emprendedoras, se obtuvieron los siguientes comentarios:

- Los temas son relevantes y necesarios para poder optimizar un emprendimiento o pasar de una idea de negocio a la acción.
- La propuesta de cada tema y las preguntas son formuladas de manera simple y concisa.
- Las definiciones que acompaña, son fáciles de entender. Salvo el caso que se necesite de internet o asesoría personalizada para poder continuar con el aprendizaje y el contenido de cada tema.

- La estructura del planificador empresarial tiene una secuencia para poder crear un emprendimiento de éxito.
- Es apto para cualquier mujer sin conocimientos en administración de empresas y marketing pero que si tenga mínimo estudios universitarios.

Las emprendedoras también identificaron las siguientes amenazas a la aplicabilidad de la propuesta:

- Que los temas del planificador no sean suficientes y/o necesarios.
- Que los temas tratados sean escasos en contenido de valor relacionado a la administración y gestión empresarial.
- Que se necesite asesoría continua para poder completar el planificador.
- Que las emprendedoras que no tengan educación universitaria, deseen adquirir la guía, pero no comprendan como llenarla.
- Que el planificador sea fácilmente replicable sin respetar los derechos de autor.
- Que no se elaboren nuevas ediciones para mantener actualizado el Planificador.

8. CONCLUSIÓN

Dentro del análisis expuesto, es posible concluir que las entrevistas realizadas a las emprendedoras permitieron conocer a fondo las realidades socioeconómicas, sus expectativas y conocimientos sobre el área administrativa de negocios como propietarias. Además, se logró encontrar información que hace válida la propuesta de esta investigación, tanto con datos locales e internacionales, al permitir comprender como este segmento tiene diversos motivos para emprender, pero a la vez varias barreras para mantener sus empresas. De esta forma se estimó que el 86% de las emprendedoras cuencanas adquirirían la guía empresarial como una herramienta para poder dirigir sus negocios de una manera más formal y sólida, con mayor instrucción basada en administración de empresas y marketing.

Se logró comprobar el interés de las mujeres en administrar sus negocios con la ayuda de un manual que las guíe durante las diferentes etapas de emprendimiento, ya que como se pudo conocer, las mujeres tienen poca instrucción en temas de administración y marketing por lo que el planificador propuesto será aceptado por este grupo y además permitirá aumentar el nivel de emprendimiento femenino en la ciudad al combatir el miedo al riesgo.

No cabe duda que estos hallazgos indican que las mujeres son una parte de la población que tiene la necesidad y deseo de emprender para bien propio y como contribución a la sociedad. Además, para materializar los emprendimientos, se debe trabajar más en temas de igualdad de

género para crear políticas y normas en las que la sociedad y el Estado conceda a la mujer iguales oportunidades de emprendimiento sin prejuicio social.

Con la validación del planificador por las emprendedoras y docentes universitarios, se concluyó que cumple como una guía útil para poner en marcha el emprendimiento. Sin embargo, se debe tomar en cuenta el segmento al que se dirige, ya que habrá profesionales o personas con diferente instrucción educativa que necesitarían acompañamiento para el desarrollo. Además, que al ser un manual debe ser creativo e interactivo, cuidando el lenguaje para transmitir correctamente lo que se pretende con cada uno de los temas enfocados a gestión empresarial.

9. RECOMENDACIÓN PARA INVESTIGACIONES FUTURAS

Con base en los resultados de esta investigación, para futuros trabajos se recomienda considerar los siguientes aspectos:

- Una rigurosa investigación con una muestra probabilística.
- Un estudio en condiciones posteriores a la pandemia para corroborar si los escenarios de un emprendimiento han mejorado con el uso del manual y sin el uso del mismo.
- Un análisis si la violencia intrafamiliar impide un buen funcionamiento de un emprendimiento y el crecimiento del mismo.

10. APENDICE

10.1 Tabla resumen entrevistas

Mediante la tabla 14 resumen que se presenta a continuación, podemos observar los resultados de las 14 entrevistadas emprendedoras graduadas de la Universidad del Azuay.

Tabla 14. Resumen entrevistas

Tema abordado en las entrevistas	Grupo entrevistado
Cualidades de una mujer emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Dedicada, creativa • Entrevistada 2: Arriesgada, no teme • Entrevistada 3: Decidida, constante • Entrevistada 4: Convicción, segura • Entrevistada 5: Constante • Entrevistada 6: Paciente, resiliente • Entrevistada 7: Honesta, amable • Entrevistada 8: Valiente, perseverante • Entrevistada 9: Decidida, valiente • Entrevistada 10: Tolerante, responsable • Entrevistada 11: Creativa, paciente • Entrevistada 12: Disciplinada, con iniciativa • Entrevistada 13: Empatía, segura • Entrevistada 14: Proactiva, perseverante
	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Necesidad, generar recursos

<p>Emprender por oportunidad o necesidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 2: Necesidad y oportunidad • Entrevistada 3: Necesidad de independencia • Entrevistada 4: Necesidad y oportunidad • Entrevistada 5: Necesidad y oportunidad • Entrevistada 6: Necesidad y oportunidad • Entrevistada 7: Oportunidades • Entrevistada 8: Necesidad para atender una demanda • Entrevistada 9: Necesidad para bienestar familiar • Entrevistada 10: Necesidad para vivir • Entrevistada 11: Necesidad por obligación • Entrevistada 12: Necesidad, no hay oportunidad por ser mujer • Entrevistada 13: Necesidad y oportunidad • Entrevistada 14: Necesidad por superación
<p>Barreras para emprender</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Machismo, pobreza y miedo • Entrevistada 2: Machismo, falta de capacitación • Entrevistada 3: Falta de apoyo autoridades, impuestos • Entrevistada 4: Falta de cultura para la compra de productos hechos en Ecuador • Entrevistada 5: Falta de Capital, invertir lo ahorrado • Entrevistada 6: Falta de seriedad por otros, al ser negocio de una mujer • Entrevistada 7: Falta de presupuesto • Entrevistada 8: Falta de capital y no poder competir con el género masculino • Entrevistada 9: El machismo • Entrevistada 10: Falta de Materia prima • Entrevistada 11: Falta de convicción • Entrevistada 12: Falta de capital, trámites municipales • Entrevistada 13: Desigualdad de género • Entrevistada 14: <u>Inequidad de género, falta de educación</u>
<p>Edad para emprender</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Mejor ser joven para aprender y educarse • Entrevistada 2: Ser joven ya que si uno falla puede volver a comenzar • Entrevistada 3: Falta de apoyo al ser joven • Entrevistada 4: Ser joven es fundamental ganas experiencia y mejoras para el futuro • Entrevistada 5: Personas jóvenes aprenden de la experiencia y mejoría en el aspecto profesional • Entrevistada 6: Toda edad se puede emprender, solo con preparación y cualidades • Entrevistada 7: Sacar provecho de ser joven • Entrevistada 8: No hay edad para emprender • Entrevistada 9: Emprender joven es decir al culminar la universidad • Entrevistada 10: Emprender en la juventud pues se tiene sueños y necesidades • Entrevistada 11: Mientras mas joven mejor oportunidad de emprender, difícil si al principio, pero no imposible • Entrevistada 12: Cualquier edad, solo es cuestión de empezar y mejor si se es joven • Entrevistada 13: Es bueno emprender joven, pero proyectarlo a largo plazo • Entrevistada 14: A cualquier edad se puede emprender, pero siendo joven se gana experiencia.
<p>Decisión de emprender</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Propio jefe y líder • Entrevistada 2: Cumplir el sueño y se tiene la maquinaria • Entrevistada 3: Por necesidad de brindar un buen servicio • Entrevistada 4: Por la profesión y ayudar a la sociedad • Entrevistada 5: Fuente de ingreso propia, ser independiente y amar lo que se hace • Entrevistada 6: Desarrollo personal y profesional • Entrevistada 7: Inversión de una oportunidad de negocio que me gustaba • Entrevistada 8: Manejo de propio tiempo y libertad • Entrevistada 9: Por necesidad, gastos de familia • Entrevistada 10: Recursos que se necesita para cumplir sueños • Entrevistada 11: Hacer lo que me gusta con la propia marca • Entrevistada 12: Libertad y dar empleo

	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 13: Por idea espontanea y mejore el producto por las ventas obtenidas • Entrevistada 14: Para crear oportunidades propias y no depender de terceros
Tiempo del emprendimiento en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: 5 años • Entrevistada 2: 2 años • Entrevistada 3: 1 año • Entrevistada 4: 1 año • Entrevistada 5: 1 año • Entrevistada 6: 1 año • Entrevistada 7: 2 años • Entrevistada 8: 3 años • Entrevistada 9: 4 años • Entrevistada 10: 2 años • Entrevistada 11: 1 año • Entrevistada 12: 1 año • Entrevistada 13: 1 año • Entrevistada 14: 1 año
Conformación del emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Única fundadora • Entrevistada 2: Única fundadora • Entrevistada 3: Única fundadora • Entrevistada 4: Única fundadora • Entrevistada 5: Única fundadora • Entrevistada 6: Única fundadora • Entrevistada 7: Única fundadora • Entrevistada 8: Única fundadora • Entrevistada 9: Única fundadora • Entrevistada 10: Única fundadora • Entrevistada 11: Única fundadora • Entrevistada 12: Única fundadora • Entrevistada 13: Única fundadora • Entrevistada 14: Única fundadora
Capital	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: \$ 70 USD • Entrevistada 2: \$ 100 USD • Entrevistada 3: \$ 3000 USD • Entrevistada 4: \$ 368 USD • Entrevistada 5: \$ 500 USD • Entrevistada 6: \$ 2000 USD • Entrevistada 7: \$ 20000 USD • Entrevistada 8: \$ 500 USD • Entrevistada 9: \$ 10000 USD • Entrevistada 10: \$ 9000 USD • Entrevistada 11: \$ 100 USD • Entrevistada 12: \$ 200 USD • Entrevistada 13: \$ 60 USD • Entrevistada 14: \$ 0 USD basado solo en conocimiento
Formalizar el emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Si por que el producto es bueno y se debe explotarlo • Entrevistada 2: Si quiero formar una empresa con empleados • Entrevistada 3: Si en busca de la expansión nacional y exportar los productos • Entrevistada 4: Si, que se forme una marca conocida • Entrevistada 5: Si, para crecer y tener todos los permisos necesarios • Entrevistada 6: Si, pero quiere experimentar y aprender • Entrevistada 7: Ya lo veo como una pyme • Entrevistada 8: Si, para generar empleo • Entrevistada 9: Si, ya que se abre al mercado • Entrevistada 10: No tanto, ya que hay mucha responsabilidad de por medio: impuestos, estado y empleados • Entrevistada 11: Si, para generar empleo y formar una marca solida • Entrevistada 12: Es el objetivo que se forme una empresa • Entrevistada 13: Si, para distribuirlo a nivel nacional expandirse en el mercado • Entrevistada 14: No, ya que toma recursos y tiempo a que crezca una empresa.
	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Aprendí para tener experiencia y conocimiento

<p>Conocimiento del negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 2: Si tengo conocimientos profesionales • Entrevistada 3: Me tocó aprender del producto que comercializo • Entrevistada 4: Si tengo conocimientos profesionales • Entrevistada 5: Aprendí con el tiempo y de la familia • Entrevistada 6: Si tengo conocimientos profesionales • Entrevistada 7: Si tengo conocimientos • Entrevistada 8: Aprendí y con la experiencia mejoré • Entrevistada 9: Si tengo conocimientos • Entrevistada 10: Aprendizaje y saber de negocios • Entrevistada 11: Si con conocimiento profesional capacitada para dar mis servicios • Entrevistada 12: Si tengo conocimientos • Entrevistada 13: Aprendí con el tiempo y la experiencia • Entrevistada 14: Si tengo conocimientos en lo que emprendí
<p>Solicitud de asesorías profesionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Si, a un conocido de marketing • Entrevistada 2: Nada de ayuda, en busca de información por internet con cursos • Entrevistada 3: Si, para temas que desconozco de administración • Entrevistada 4: Si, conversaciones con otras mujeres emprendedoras • Entrevistada 5: Si, de profesores y de la familia para el desarrollo del producto • Entrevistada 6: No he solicitado, pero si la necesito • Entrevistada 7: Si, para desarrollar nuevos productos y mejorar los que ya se tiene. • Entrevistada 8: Si, ha familiares con conocimientos en administración y comercialización • Entrevistada 9: Si, en base a capacitaciones y cursos • Entrevistada 10: Si, para tramites con el estado • Entrevistada 11: No, solo cursos online • Entrevistada 12: Si, a profesionales como arquitectos, abogados, ing. de marketing y administración • Entrevistada 13: No ninguna asesoría o ayuda • Entrevistada 14: No ya que lo que estudié he cubierto dudas
<p>Conocimiento en gestión empresarial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: No • Entrevistada 2: Si • Entrevistada 3: No • Entrevistada 4: No • Entrevistada 5: No • Entrevistada 6: No • Entrevistada 7: Si • Entrevistada 8: No • Entrevistada 9: No • Entrevistada 10: Si • Entrevistada 11: No, solo experiencia • Entrevistada 12: No lo suficiente • Entrevistada 13: No • Entrevistada 14: Si
<p>Plan de Negocios detallado por escrito</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: No lo tengo • Entrevistada 2: Si lo estoy desarrollando • Entrevistada 3: No, solo formule mi producto • Entrevistada 4: No lo tengo • Entrevistada 5: No, pero si es necesario • Entrevistada 6: Si, pero no detallado • Entrevistada 7: No, quiero hacerlo, pero no sé como • Entrevistada 8: No lo tengo • Entrevistada 9: No lo tengo • Entrevistada 10: No lo tengo, solo planificado presupuesto a utilizar cada mes • Entrevistada 11: Si un plan detallado a largo plazo • Entrevistada 12: No lo tengo • Entrevistada 13: No lo tengo • Entrevistada 14: Si lo tengo
	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: No lo tengo • Entrevistada 2: No lo tengo • Entrevistada 3: No lo tengo • Entrevistada 4: No lo tengo • Entrevistada 5: No lo tengo

Plan de Marketing para el año	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 6: No lo tengo • Entrevistada 7: Si lo tengo no a profundidad • Entrevistada 8: No lo tengo • Entrevistada 9: Si lo tengo • Entrevistada 10: Si un plan semanal no anual • Entrevistada 11: Si lo tengo para lo que va del año • Entrevistada 12: No lo tengo • Entrevistada 13: No lo tengo • Entrevistada 14: Si en base a las necesidades de los clientes
Conseguir mejores resultados con un plan de marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Si, porque se maneja mejor el mercado • Entrevistada 2: Si, mejor organización • Entrevistada 3: Si, para obtener mejores resultados • Entrevistada 4: Si, para mejorar mi negocio • Entrevistada 5: Me imagino que si • Entrevistada 6: Si, ya que lo tengo en desorden el negocio • Entrevistada 7: Si, para organizarse • Entrevistada 8: Si, para tener una directriz y no improvisar • Entrevistada 9: Si se conseguiría mejores resultados • Entrevistada 10: Si, se gestionaría mejor el negocio • Entrevistada 11: Si, para definir directrices • Entrevistada 12: Si, para tener mejor alcance al cliente meta • Entrevistada 13: Si, para analizar más fondo el negocio • Entrevistada 14: Si, para trabajar de manera eficaz y eficiente
Desarrollar el emprendimiento detallándolo por escrito	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Si, para organizarse con el tiempo, dinero, campañas publicitarias y desarrollo de productos • Entrevistada 2: Si, es mejor en papel lo que uno piensa y organizarse • Entrevistada 3: Si, para tener las ideas claras • Entrevistada 4: Si, ya que impulsa el cambio en el negocio • Entrevistada 5: Si, para que las ideas no queden en el olvido • Entrevistada 6: Si y lo he intentado para organizarme ya que tengo ideas dispersas • Entrevistada 7: Si por que se profundiza mejor las ideas • Entrevistada 8: Si, con ello tendría una base para la toma de decisiones y establecer estrategias • Entrevistada 9: Si, se llevan en orden las metas a alcanzar en el negocio • Entrevistada 10: Si, ya que no se te olvidan las ideas • Entrevistada 11: Si, para prevenir problemas posteriores • Entrevistada 12: Si lo hago en una agenda y luego pongo en orden para organizarme • Entrevistada 13: Si, para anotar mis ideas y mejorar el negocio • Entrevistada 14: Si, ya que así se puede mejorar
Obtener un planificador empresarial para detallar el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Si • Entrevistada 2: Claro que si sería de gran ayuda • Entrevistada 3: Si para tener más claro el negocio • Entrevistada 4: Si • Entrevistada 5: Si • Entrevistada 6: Si • Entrevistada 7: Si, para que la empresa este organizada • Entrevistada 8: Si • Entrevistada 9: Si • Entrevistada 10: Si • Entrevistada 11: Si • Entrevistada 12: Si, una opción factible para organizarme • Entrevistada 13: Si • Entrevistada 14: No
	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Planificar el producto, puntos de ventas y mejorar en el negocio con ideas • Entrevistada 2: Tablas para llenar con datos específicos de la empresa • Entrevistada 3: Ayudar a gestionar y llevar de mejor manera el proyecto para crecer

<p>Comprensión del planificador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 4: Organizar y mejorar proceso de producción y asignación de tareas • Entrevistada 5: No lo se bien, pero me ayudaría a crecer el negocio • Entrevistada 6: Organizar los aspectos de gestión y administración para llegar al éxito económico • Entrevistada 7: Detallar el trabajo de manera mas coordinada y organizada • Entrevistada 8: Detallar el proyecto con las metas, objetivos, estrategias, etc. Para conseguir resultados favorables • Entrevistada 9: Organizar de mejor manera la empresa y la toma correcta de decisiones • Entrevistada 10: ----- • Entrevistada 11: Dirigir el crecimiento y desarrollo a largo plazo de la empresa • Entrevistada 12: Mejorar los procesos de producción, movimientos y garantizar mejores resultados • Entrevistada 13: Manejar y controlar todas las áreas de la empresa de manera exitosa • Entrevistada 14: -----
<p>Contenido del planificador</p>	<p>Para las entrevistas los siguientes temas fueron los seleccionados como contenido del planificador:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Acerca de mi ○ Acerca de mi negocio ○ Filosofía empresarial ○ Debilidades y Amenazas ○ Fortalezas y Oportunidades ○ La Competencia ○ Producto y/o Servicio ○ Marca ○ Precio ○ Plaza ○ Promoción ○ Marketing Research ○ Tipo de Consumidor / Cliente ideal ○ Marketing Digital ○ Entorno Legal ○ Fondos o Presupuesto ○ Inversores ○ Estilo de Operación ○ Necesidad de Personal ○ Evaluación del proyecto ○ Diario empresarial
<p>Acceso al planificador empresarial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistada 1: Si • Entrevistada 2: Si me encantaría • Entrevistada 3: Si • Entrevistada 4: SI • Entrevistada 5: Si • Entrevistada 6: Si • Entrevistada 7: Si • Entrevistada 8: Si • Entrevistada 9: SI • Entrevistada 10: No • Entrevistada 11: Si • Entrevistada 12: Si • Entrevistada 13: Si tengo la oportunidad lo adquiriría • Entrevistada 14: No

11. BIBLIOGRAFÍA:

- AWE, A. f. (2017). *Cámara de Comercio de Quito*. Obtenido de Cámara de Comercio de Quito: <https://ccq.ec/awecuador/>
- BanEcuador. (1 de Enero de 2021). *Banco BanEcuador*. Obtenido de BanEcuador: <https://www.banecuador.fin.ec/productos-ciudadanos/credito-micro/productos-microempresas/credito-mujer-emprendedora/>
- BanEcuador. (1 de Enero de 2021). *Banco BanEcuador*. Obtenido de BanEcuador: <https://www.banecuador.fin.ec/productos-ciudadanos/credito-micro/productos-microempresas/credito-mujer-emprendedora/>
- Corporation International Finance. (1 de Junio de 2018). *International Finance Corporation*. Obtenido de International Finance Corporation WORLD BANK GROUP: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/news_ext_content/ifc_external_corporate_site/news+and+events/news/impact-stories/banking-on-women-lac-spanish
- Ekos. (9 de 07 de 2020). *Ekos Negocios*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/mujeres-y-emprendimiento>
- El Universo. (16 de 07 de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/16/nota/7908339/emprendimiento-es-factor-clave-reactivar-pais-estado-ecuatoriano/>
- Espae. (2019). *Espae Escuela de Negocios*. Obtenido de <https://www.espae.edu.ec/noticias/en-ecuador-en-el-2019-emprendieron-alrededor-de-3-6-millones-de-habitantes/>
- Gálvez, M. S. (2016). Motivations and decisive factors in women's entrepreneurship. A. *Science Direct*, 7. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/314717792_Motivations_and_Decisive_Factors_in_Women's_Entrepreneurship_A_Gender_Perspective_in_Education_and_Professional_Guidance
- González, J. C. (2019). *ProAmazonia*. Obtenido de Org: <https://www.proamazonia.org/entrevista-a-bibiana-aido/>
- Haber, J. (2016). *The Business of Good*. United States: Entrepreneur Press. Obtenido de <https://www.amazon.com/Business-Good-Social-Entrepreneurship-Bottom/dp/1599185865>

- Hernández, J. R. (24 de Noviembre de 2020). *MasterCard*. Obtenido de <https://www.mastercard.com/news/latin-america/es/sala-de-prensa/comunicados-de-prensa/pr-es/2020/noviembre/un-nuevo-informe-de-mastercard-revela-como-la-crisis-de-covid-podria-hacer-retroceder-a-una-generacion-de-mujeres-en-los-negocios/>
- Jiménez, G. (2 de Diciembre de 2020). *Manifiesto de la Red de Polítologas*. Obtenido de https://www.instagram.com/p/CIUT_FDFb3d/?utm_source=ig_web_copy_link
- MUJERES, O. (12 de Junio de 2019). *ONU MUJERES ECUADOR*. Obtenido de ONU MUJERES: <https://ecuador.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2019/06/taller-intercambio-weeps-junio-2019>
- Noboa, I. (23 de Marzo de 2021). Liderazgo y resiliencia de la mujer en el resurgimiento económico post Covid-19. (E. Negocios, Entrevistador)
- ONU MUJERES AMERICA LATINA Y EL CARIBE*. (2 de Noviembre de 2020). Obtenido de <https://lac.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2020/11/impacto-economico-covid-19-mujeres-america-latina-y-el-caribe>
- Ortega, I. (2014). *Millennials: Inventa tu empleo*. Logroño: Universidad Internacional de la Rioja. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Millennials.html?id=j6WyDAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Paribas Global Entrepreneur Report . (2016). 'Millennipreneurs': ¿por qué son tan emprendedores los millennials? *Entrepreneur*, 1.
- Pesca, M. d. (27 de Julio de 2020). *Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca*. Obtenido de Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca: <https://www.produccion.gob.ec/reglamento-a-la-ley-de-emprendimiento-apunta-a-fomentar-la-innovacion-productiva/>
- Rovayo, G. (2009). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *Polémika*, 8. Obtenido de <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/329>
- Siri, X. R. (2012). Women Entrepreneurs: Making A change From Employment to. *Science Direct*, 14. Obtenido de <https://cyberleninka.org/article/n/1290568>

Universo, E. (3 de Marzo de 2019). *El Universo*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/larevista/2019/03/03/nota/7210688/mujeres-wow-aplicacion-dirigida-mujeres-interesadas-acceder/>

Verni, I. (2013). The Comparison of Entrepreneurial Competency. *Science Direct*, 13.
Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019740>

Wow, M. (1 de 1 de 2020). *wowmujeres*. Obtenido de wowmujeres: wowmujeres.com