

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA

**Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles con equidad para los
emprendedores registrados en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro**

AUTOR

Ángela María Guarín Barrera

Previo a la obtención del Grado Académico de:

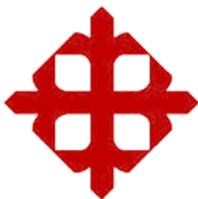
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTORA

Ing. Carmen Padilla, Ph.D.

Guayaquil, Ecuador

2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Ingeniera Ángela María, Guarín Barrera, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing. Carmen Padilla, Ph.D.

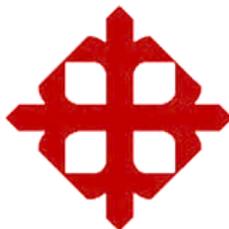
REVISOR

Ing., Ángel Castro MBA.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, 16 de junio de 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ángela María Guarín Barrera

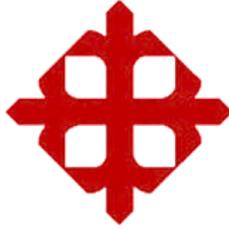
DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación: Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles con equidad para los emprendedores registrados en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro, previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 16 días del mes de junio de 2022

LA AUTORA

Ángela María Guarín Barrera.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

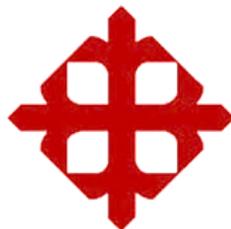
Yo, Ángela María Guarín Barrera

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Proyecto: Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles con equidad para los emprendedores registrados en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de junio de 2022

LA AUTORA:

Ángela María Guarín Barrera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

REPORTE URKUND

secure.orkund.com/old/view/129601265-407816-331887#q1bKLvayjbQMdQx8CjJHRdMx0zHctYHaXizPS8zLTM5MS85FQIKwM9AwMLC0MTE2MjcyMDCyBIZIILAA==

Aplicaciones Gmail YouTube Maps

URKUND

Documento: **TESIS Emprendimientos Sostenibles con equidad para los emprendedores - Guarin Ángela.docx** (D135680441)

Presentado: 2022-05-06 09:25 (-05:00)

Presentado por: angelamarag22@gmail.com

Recibido: maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje: Análisis Urkund - Documento Ángela Guarin [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 52 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Tesis 2021.docx
	BORRADOR # 3 JAIRO INTRIAGO.docx
	Perspectivas del emprendimiento en el Ecuador, sus dificultades y la informalidad .pdf
	ERAZO VARGAS GABRIELA MARIUJI AVANCE.docx
	Plantilla de Trabajo Titulación ADUM Y ORELLANA.docx

89% = 1 Activo

reporte del GEM 2017. Ecuador tiene la tasa de actividad temprana de emprendimiento (TEA) más alta de la región (ESPAE-ESPOL 2018). Sin embargo, en el mismo documento resaltan cifras como las que un alto porcentaje de los emprendimientos no son sostenibles en el tiempo. También muestra como solo el 21% de esos emprendimientos es formal en el país (

Corone and Ortega 2019). Durante 2019, más de 1 de cada 3 adultos en Ecuador iniciaron un negocio. Esto se traduce en aproximadamente 3.6 millones de habitantes, según datos elaborados por ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL, dio a conocer las cifras de Emprendimiento del país resultadas del Reporte GEM 2019, CITATION Viv20 \l 12298 (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020). Según el estudio realizado por la escuela de negocios de la Espol, cada año el 32% de los jóvenes ecuatorianos de entre 18 y 34 años inicia un emprendimiento o posee uno que ha estado en funcionamiento menos de 42 meses, la mayor registrada en países de América Latina y el Caribe de los que se poseen datos CITATION Viv20 \l 12298 (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020). En Ecuador hay 1'200.623 mujeres emprendedoras, frente al 1'738.553 de hombres, según la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo del INEC. (El Telegrafo 2019)

Antecedentes Muchos gobiernos de América Latina de acuerdo con (Aguirre 2018) han desarrollado programas especiales para fomentar el espíritu empresarial, con la esperanza de que contribuya al crecimiento, el empleo y el bienestar económico. Aguirre, también indica que, el efecto del espíritu empresarial en estas variables económicas no es obvio, especialmente en los países en desarrollo donde el espíritu empresarial tiene un fuerte componente basado en la necesidad, además, es difícil identificar el "tipo" de emprendimiento que las políticas públicas deben fomentar. Con respecto al emprendimiento femenino, CITATION Ela19 \l 12298 (Elam, y otros, 2019) en su estudio manifiesta que aproximadamente 252 millones de mujeres en todo el mundo son

Archivo de registro Urkund: Ciencia Digital Editores / Perspectivas del emprendimiento en el Ecuador... 89%

No se pueden mostrar el contenido del documento de origen

Posibles razones:

1. El documento se guarda en la sección URKUND Partner y aparece como inaccesible. Si usted no posee este libro, tiene que comprarlo por medio del proveedor.
2. El autor ha eliminado el documento como fuente visible en el Archivo URKUND.

Remitente y receptor de información está disponible con solo pasar el puntero del ratón sobre el nombre de la fuente anterior.

Escriba aquí para buscar

25°C ESP 9:50
LAA 16/05/2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la familia que me ha dado de manera especial mi madre y mi hermano Carlos Andrés, quienes han sido mi apoyo incondicional para culminar este proyecto.

A las personas que han participado de alguna manera para poder obtener los resultados del planteamiento de mi propuesta.

A mi tutora la Ing. Carmen Padilla que siempre ha estado dispuesta a acompañarme durante el proceso de elaboración y llevar a buen y feliz culmen mi proyecto.

Agradezco de manera especial a la Universidad, y su equipo de trabajo de la Maestría en Administración, y de manera esencial a su coordinadora y directora.

Al GAD Municipal de la ciudad de Milagro de manera especial a los departamentos del DIS y Turismo quienes me abrieron sus puertas para obtener la base de datos a estudiar y analizar.

Ángela María Guarín Barrera

DEDICATORIA

A todas las personas que sueñan, anhelan y participan en la economía de las diferentes Ciudades, Parroquias y Recintos, contribuyendo para tener una verdadera transformación y lograr el verdadero desarrollo, equitativo, sostenible y sustentable para bien de la sociedad que cada uno conforma.

Ángela María Guarín Barrera

ÍNDICE GENERAL

<i>Resumen</i>	<i>XIII</i>
<i>Abstract</i>	<i>XIV</i>
Introducción	1
Antecedentes	4
Problema de Investigación	6
Justificación	6
Preguntas de Investigación	9
Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
<i>Capítulo I</i>	<i>11</i>
<i>Marco Teórico</i>	<i>11</i>
Emprendimiento	11
Concepto de Emprendimiento.....	11
Capacidad de Emprender.....	12
El Emprendedor.....	14
Equidad de Género	17
El género del emprendedor.....	19
Ecosistema del emprendedor.....	21

Entorno Familiar	23
Limitantes.....	25
Herramientas para los emprendimientos.....	27
Herramientas Administrativas.....	28
Herramientas Financieras	36
<i>Capítulo II.....</i>	<i>40</i>
<i>Marco Referencial.....</i>	<i>40</i>
Perspectiva del Emprendimiento según el genero.....	40
Limitantes en el emprendimiento según el género.	41
Aplicación de Herramientas para los emprendimientos	43
<i>Capítulo III.....</i>	<i>46</i>
<i>Marco Metodológico.....</i>	<i>46</i>
Tipos de Investigación.....	46
Diseño de la investigación	46
Instrumento de recolección de datos	47
Muestra	48
Procesamiento de datos.....	49
Resultados de la Investigación	49
<i>Capítulo IV</i>	<i>75</i>
<i>Propuesta</i>	<i>75</i>

Estructura del Programa de Formación	75
Introducción.....	76
Contenidos.....	77
Recursos	89
<i>Conclusiones</i>.....	91
<i>Recomendaciones</i>	93
<i>Referencias</i>	95

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.- Género de los participantes.....	50
Tabla 2.- Edad.	51
Tabla 3.- Estado civil.	52
Tabla 4.- Nivel Académico.	53
Tabla 5.- Número de personas dependientes a su cargo (incluido los menores de 12 años). ...	54
Tabla 6.- Principal apoyo que recibe de su entorno a la hora de emprender.....	55
Tabla 7.- Categoría profesional previa al emprendimiento.....	56
Tabla 8.- Situación laboral previa al emprendimiento.	57
Tabla 9.- Nivel de renta familiar previa al emprendimiento.	58
Tabla 10.- Antecedentes emprendedores familiares.....	59
Tabla 11.- Principal motivación para emprender.	60
Tabla 12.- Primera experiencia emprendedora.	61
Tabla 13.- Principal beneficio que espera del emprendimiento.	62
Tabla 14.- Sector que desea emprender o ya está emprendiendo.....	63
Tabla 15.- Razones para elección del sector.	64
Tabla 16.- Forma jurídica de la actividad.....	65
Tabla 17.- Emprendimiento en solitario o con compañía.	66
Tabla 18.- Números de puestos de trabajos previstos/creados.	67
Tabla 19.- Monto de inversión que realizó inicialmente.....	68
Tabla 20.- Porcentaje de la inversión inicial cubierta con financiación ajena.	69
Tabla 21.- Dimensión que espera de su actividad.	70
Tabla 22.- Asociacionismo y redes	71
Tabla 23.- Pertenencia a estamentos empresariales.	72

Tabla 24.- Medios de trabajo utilizados habitualmente.	73
Tabla 25.- Consideraciones de la innovación para el éxito de la empresa/negocio.	74
Tabla 26.- Costo aproximado de los Recursos para el programa.	90
Tabla 27.- Cronograma.	91

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.- Género de los participantes.....	50
Figura 2.- Edad.....	51
Figura 3.- Estado civil.....	52
Figura 4.- Nivel Académico.....	53
Figura 5.- Número de personas dependientes a su cargo (incluido los menores de 12 años)	54
Figura 6.- Principal apoyo que recibe de su entorno a la hora de emprender.....	55
Figura 7.- Categoría profesional previa al emprendimiento.....	56
Figura 8.- Situación laboral previa al emprendimiento.....	57
Figura 9.- Nivel de renta familiar previa al emprendimiento.....	58
Figura 10.- Antecedentes emprendedores familiares.....	59
Figura 11.- Principal motivación para emprender.....	60
Figura 12.- Primera experiencia emprendedora.....	61
Figura 13.- Principal beneficio que espera del emprendimiento.....	62
Figura 14.- Razones para elección del sector.....	64
Figura 15.- Forma jurídica de la actividad.....	65
Figura 16.- Emprendimiento en solitario o con compañía.....	66
Figura 17.- Números de puestos de trabajos previstos/creados.....	67
Figura 18.- Monto de inversión que realizó inicialmente.....	68
Figura 19.- Porcentaje de la inversión inicial cubierta con financiación ajena.....	69
Figura 20.- Dimensión que espera de su actividad.....	70
Figura 21.- Asociacionismo y redes.....	71
Figura 22.- Pertenencia a estamentos empresariales.....	72

Figura 23.- Medios de trabajo utilizados habitualmente. 73

Figura 24.- Consideraciones de la innovación para el éxito de la empresa/negocio. 74

Resumen

En la actualidad se puede evidenciar gracias a los análisis y evaluación de expertos el impacto que tienen los emprendimientos para la sociedad en la que se desarrollan, pero de manera especial los basados en la innovación, por tal motivo las instituciones universitarias, empresas privadas y públicas deberían proporcionar el apoyo y acompañamiento para estos proyectos dado que los emprendimientos con innovación están asumiendo riesgos al desarrollar un producto o servicio basado en una nueva idea.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo establecer un programa de formación para los emprendimientos que forman parte del GAD Municipal de la ciudad de Milagro para que estos puedan ser equitativos y sostenibles contribuyendo así de manera positiva y real a la economía y sociedad.

Por tal motivo se realizó una investigación descriptiva, transversal, no experimental, con enfoque cuantitativo, se estableció una muestra de 70 personas mediante la fórmula de estimación muestral para poblaciones finitas, con un 95% de nivel de confianza. Para medir las variables se tomó como instrumentos de evaluación el cuestionario de la Cámara de España Observatorio para la Igualdad en el Emprendimiento (Fundación INCYDE).

Con base en los análisis realizados por medio de los indicadores obtenidos se propone un programa de formación para los emprendedores, evidenciando la necesidad de involucrar al ecosistema emprendedor para el desarrollo de la ciudad.

Palabras clave: Emprendimiento, equitativo, sostenible, ecosistema, programa.

Abstract

At present we can show thanks to the analysis and evaluation of experts the impact that enterprises have for the society in which they are developed, but especially those based on innovation, for this reason university institutions, Private and public companies should provide the feasibility and accompaniment for these projects since innovative enterprises are taking risks when developing a product or service based on a new idea.

This research project aims to establish a training program for enterprises that are part of the Municipal GAD of the city of Milagro so that they can be equitable and sustainable thus contributing positively and effectively to the economy and society.

For this reason, a descriptive, cross-sectional, non-experimental study was carried out, using a mixed approach, establishing a sample of 70 people using the sample estimation formula for finite populations, with 95% of the total population; To measure the variables, the questionnaire of the Spanish Chamber of Commerce Observatory for Equality in Entrepreneurship (INCYDE Foundation) was used as evaluation tools.

Based on the analyses carried out through the indicators obtained, a training program is proposed for entrepreneurs, demonstrating the need to involve the entrepreneurial ecosystem for the development of the city.

Keywords: Entrepreneurship, equitable, sustainable, ecosystem, program.

Introducción

En primera instancia, es preciso entender que la empresa es un motor fundamental del crecimiento económico. Sin empresas y empresarios, habría poca innovación, poco crecimiento de la productividad y pocos nuevos puestos de trabajo. Según (Elam et al. 2019) “el éxito empresarial no se produce en el vacío, por ello existen los emprendedores, y sea en el contexto de su geografía particular, su economía y sociedad local, nacional o incluso internacional” (2019, p. 150).

De acuerdo con el informe del GEM por sus siglas en inglés (Global Entrepreneurship Monitor), reconocida investigación académica sobre la actividad emprendedora en el mundo, el espíritu empresarial está creciendo en todo el mundo, y las economías avanzadas reportan niveles más altos de espíritu empresarial impulsado por oportunidades, y la tasa de innovación y creación de empleo también es mayor. En términos de regiones, Norteamérica está liderada por emprendedores impulsados por oportunidades con un 82%, seguida de Europa (75%) y Asia y Oceanía (74%) (Universidad de Cantabria 2018).

Debido al tamaño y estructura de las empresas (generalmente pequeñas y con poco valor agregado), la economía informal y la baja productividad han llevado a un lento crecimiento económico en América Latina relacionado con el espíritu empresarial. En un informe del (International Center for Entrepreneurs in Barcelona 2018) se registra que los emprendedores latinoamericanos tienen que convivir en un entorno económico complejo.

Por otro lado, la actividad empresarial femenina ha tomado relevancia académica en América Latina en los últimos años. Esto surge de acuerdo con (Mayorga, Morales, and Carvajal 2020) “en respuesta a la tendencia de la investigación de este tema a nivel mundial, por lo que existe un mayor interés de los investigadores”. Si bien existen notables impedimentos para las mujeres en este ámbito, como las barreras culturales, el miedo al fracaso o la dificultad en el

acceso al crédito, el emprendimiento sigue destacándose como una alternativa para generar recursos, ya sea por oportunidad o por necesidad (Aguirre 2018).

Desde la perspectiva de la diversidad, la igualdad y la inclusión, el espíritu empresarial puede verse como un medio para la inclusión de las mujeres en los que sufren la falta de igualdad de oportunidades y la exclusión social. Para lo cual, (León Serrano 2017) muestra que las empresas dirigidas por mujeres tienen un 63% menos probabilidades que las empresas dirigidas por hombres de obtener financiación externa, y menos probable que las mujeres dirijan empresas que indiquen un potencial de crecimiento para los inversores externos.

En cuanto a los conocimientos sobre las características de los emprendedores y las actividades emprendedoras en Ecuador se pueden obtener del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en el que Ecuador ha participado desde 2004, para el 2012 el informe mencionaba que el 21,3 por ciento de la población participa en actividades de emprendimiento. Otro dato que el GEM da a conocer es que alrededor del 5,9 por ciento de los emprendedores inician su negocio por necesidad y el 15,4 por ciento para buscar una oportunidad. Con relación al género, los hombres emprendedores son el 54,6% y las mujeres 45,4% donde se denota una participación en proporciones aproximadamente iguales en la actividad empresarial, donde la participación masculina es mayor en el emprendimiento basado en oportunidades que en el basado en la necesidad (Lora and Castellani 2014).

En el desarrollo de este proyecto de investigación se podrá mostrar la importancia del emprendimiento, por tanto, en el marco teórico se detallan los conceptos y características del emprendimiento, este capítulo es fundamental porque sus conceptos se toman a consideración para la evaluación e importancia de la propuesta.

En el marco referencial se menciona distintas investigaciones relacionadas al emprendimiento, la equidad y la sostenibilidad, donde se muestran las condiciones que deben

tener las instituciones de apoyo al emprendimiento, se constatan los resultados obtenidos y la importancia del tema.

El presente trabajo realiza un análisis descriptivo y estadístico de la situación actual de los emprendimientos pertenecientes a la TEA (Actividad Emprendedora Temprana) delimitada a la base de datos perteneciente al GAD Municipal de la ciudad de Milagro así poder dar un aporte significativo a la labor que se encuentran desarrollando los emprendedores.

Esta contribución es de vital importancia para que se pueda generar un verdadero emprendimiento equitativo dentro de la ciudad y a su vez se conviertan en empresas sostenibles. Lo que lograría que los negocios emergentes posean un valor agregado y se creen por oportunidad más que por necesidad.

De acuerdo con el reporte del GEM 2017, Ecuador tiene la tasa de actividad temprana de emprendimiento (TEA) más alta de la región (ESPAE-ESPOL 2018). Sin embargo, en el mismo documento resaltan cifras como las que un alto porcentaje de los emprendimientos no son sostenibles en el tiempo. También muestra como solo el 21% de esos emprendimientos es formal en el país (Corone and Ortega 2019).

Durante 2019, más de 1 de cada 3 adultos en Ecuador iniciaron un negocio. Esto se traduce en aproximadamente 3.6 millones de habitantes, según datos elaborados por ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL, dio a conocer las cifras de Emprendimiento del país resultadas del Reporte GEM 2019, (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020).

Según el estudio realizado por la escuela de negocios de la Espol, cada año el 32% de los jóvenes ecuatorianos de entre 18 y 34 años inicia un emprendimiento o posee uno que ha estado en funcionamiento menos de 42 meses, la mayor registrada en países de América Latina y el Caribe de los que se poseen datos (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020). En Ecuador

hay 1'200.623 mujeres emprendedoras, frente al 1'738.553 de hombres, según la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo del INEC. (El Telégrafo 2019)

Antecedentes

Muchos gobiernos de América Latina de acuerdo con (Aguirre 2018) han desarrollado programas especiales para fomentar el espíritu empresarial, con la esperanza de que contribuya al crecimiento, el empleo y el bienestar económico. Aguirre, también indica que, el efecto del espíritu empresarial en estas variables económicas no es obvio, especialmente en los países en desarrollo donde el espíritu empresarial tiene un fuerte componente basado en la necesidad, además, es difícil identificar el “tipo” de emprendimiento que las políticas públicas deben fomentar.

Con respecto al emprendimiento femenino, (Elam, y otros, 2019) en su estudio manifiesta que aproximadamente 252 millones de mujeres en todo el mundo son emprendedoras y otros 153 millones de mujeres operan empresas establecidas, las tasas más altas se observan en el África sur (11,3%) y en Asia (9,1%), mientras que las tasas más bajas de propiedad de empresas establecidas por mujeres se registran en Oriente Medio y Norte de África (4,5%), Europa (5,3%), América del Norte (5,7%) y América Latina (6,5%).

Desde la perspectiva de la diversidad, la igualdad y la inclusión, el espíritu empresarial puede verse como un medio para la inclusión de las mujeres que sufren la falta de igualdad de oportunidades y la exclusión social. Para lo cual, (León Serrano 2017) muestra que las organizaciones dirigidas por el sexo femenino tienen un 63% menos de probabilidad que las empresas dirigidas por el sexo masculino de obtener financiación externa.

Los hallazgos relacionados con la brecha de género tienen implicaciones teóricas de género, del emprendimiento e importantes implicaciones prácticas. (Chávez, Eraso, and

Fernández 2018).demostraron que una relación entre la autoeficacia, las intenciones profesionales y los efectos de la educación empresarial en los programas sobre la autoeficacia empresarial eran más fuertes para las mujeres que para los hombres, evidenciando que las implicaciones de la importancia de la educación y formación empresarial para las mujeres son obvias.

A pesar de éstas diferencias que son de género, hay limitaciones que afectan la actividad emprendedora tanto a los hombres como a las mujeres y es que en la realidad nacional ecuatoriana no existen dentro las carreras profesionales una formación que incentive a afrontar el riesgo de emprender en ramas diferentes con innovación sino que se apuesta por lo seguro como licenciaturas, ingenierías, leyes por poner un ejemplo, y aunque alguno poseen los conocimientos para ir más allá prefieren no asumir el riesgo; Por este motivo el GEM Ecuador 2019 indica que la educación en emprendimiento presenta patrones similares a lo largo de la región, con puntajes muy bajos asignados a la etapa escolar, y relativamente altos en la etapa postsecundaria. La transferencia de I+D+I también es un denominador común, como debilidad, ya que la mayor parte de los países latinoamericanos están puntuados por debajo de la media global. (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020, pág. 11)

Por tanto, se evidencia en la economía apuestas a negocios tradicionales que no logran el impacto esperado y muy pocos proyectos emprendedores que demuestran una propuesta de desarrollo y evolución en el tiempo, dando como paradoja que Ecuador posee mucha materia prima que al ser industrializada y comercializada puede ofrecer productos emprendedores con sumo valor innovador pero la falta de apoyo especialmente en el ámbito financiero desmotiva a tomar riesgos en otras áreas que darían el impacto emprendedor que necesita la economía.

Problema de Investigación

En primera instancia, como se ha venido mencionando es preciso resaltar que el emprendimiento es un motor fundamental en el crecimiento económico, sin los emprendedores existiría poco crecimiento de la productividad, poco puestos de trabajo e innovación (Zamora-Boza, 2018).

De acuerdo con el informe GEM (2019), el espíritu empresarial está creciendo en todo el mundo, y las economías avanzadas reportan niveles más altos del emprendedor impulsado por oportunidades, y la tasa de innovación.

Aunque es preciso, comenzar a analizar la preocupación que estos manifiestan por los distintos factores que los limitan para desarrollar un pleno servicio o producto; y delimitando aún más en el contexto del género femenino.

En el caso de las mujeres, según Alarcón (2021) los problemas son aún más extensos, se enfrentan a la falta de acceso al financiamiento para los emprendimientos, la escasa visibilidad del emprendimiento realizado, así como el marco legal de los países y prejuicios sociales que no hacen más que desmotivar a las mujeres emprendedoras.

Por tanto, la pregunta de investigación a la cual se busca una respuesta se expresa de la siguiente forma: ¿De qué manera impactan los factores limitantes en el emprendimiento tanto de género femenino o masculino pertenecientes al programa del GAD Municipal de la Ciudad de Milagro?

Justificación

El ecosistema emprendedor es un conjunto de diferentes individuos, que pueden ser emprendedores potenciales o existentes. Las organizaciones que apoyan el emprendimiento pueden ser empresas, capitalistas de riesgo, inversionistas y bancos comerciales, así como universidades, instituciones privadas y del sector público.

El emprendimiento es una actividad económica de gran importancia y es promovida desde el sector público y privado. Godoy, Rodríguez, Santos, Tapia, Villablanca, Villarreal & Zuñiga (2018), hace referencia que, desde esa perspectiva, la acción emprendedora se visualiza como masculina, dentro de los modelos tradicionales, por requerir capacidades educativas para análisis y toma de decisiones financieras que culturalmente competen al hombre.

Aunque se ha prestado bastante atención a la existencia de diferencias de género en el comportamiento empresarial, las causas de tales diferencias son significativamente menos entendidas. No existe un acuerdo general sobre si son el resultado de causas contextuales o evolutivas y, en particular, no existe consenso sobre si tales diferencias están, al menos en ciertas medidas vinculadas al PIB per cápita de un país (Méndez, Sandoval & Cevallos, 2019)

Durante el último decenio, se ha reconocido a las mujeres como emprendedoras de éxito, por tanto, la actividad emprendedora femenina tiene vital importancia, para lo cual existen trabajos de investigación que han puesto de manifiesto las diferencias que se dan en cada género dentro de la actividad emprendedora; La capacidad empresarial de la mujer se caracteriza por limitaciones estructurales como la responsabilidad familiar y una relativa falta de recursos pertinentes (Ortiz, Duque & Mayorga, 2008).

Las mujeres empresarias, al igual que su contraparte masculina, están influenciadas por el entorno comercial general en el que viven. Tanto los aspirantes hombres como las mujeres emprendedoras son desincentivados por entornos comerciales inestables, procedimientos altamente regulados o burocráticos para iniciar, administrar o salir de un negocio; esta combinación de actitudes de género, normas sociales y creencias puede dar como resultado un acceso más limitado a recursos críticos para el desarrollo del emprendimiento femenino de valor agregado, como educación, habilidades y finanzas (Minniti, 2010)

Siguiendo la perspectiva basada en los recursos, Heilbrunn (2015) expresa que las mujeres empresarias se enfrentan a dificultades diferentes a las de sus homólogos masculinos y si, de hecho, están en desventaja en cuanto a recursos tales como la experiencia de gestión, las aptitudes empresariales y técnicas, la obtención de capital, etc. Los resultados de su estudio muestran que las empresas de las mujeres son más pequeñas, están orientadas a los servicios y son más baratas de financiar en comparación con sus homólogos masculinos, De esta manera las mujeres enfrentan la falta de experiencia de gestión y conocimientos empresariales como una limitación importante.

Según una investigación realizada por Espol Business School, los jóvenes ecuatorianos entre 18 y 34 años, el 32% inicia un negocio o es dueño de un negocio que ha estado por menos de 42 meses cada año, el récord más alto en América Latina y el Caribe según el reporte GEM Ecuador (2019). En la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo 2019 del INEC, hay 1,200,623 mujeres emprendedoras en Ecuador, en comparación con 1,738,553 hombres.

En Milagro en el año 2016 existía una institución denominada la Bolsa de Emprendedores creada por el GAD Municipal quienes realizaban ferias con los 18 emprendimientos inscritos a dicha institución de los cuales 14 eran administrados por mujeres y cuatro por hombres. En la actualidad 2021 el seguimiento que brinda el GAD Municipal de Milagro a los emprendedores de la ciudad ya no se realiza por medio de la Bolsa de emprendedores dado que esta institución fue eliminada dos años después y este servicio pasó al área de Gestión de Turismo y Acción Social consta de 82 emprendedores de los cuales 59 son mujeres y 23 son hombres, han transcurrido cinco años en los cuales los emprendedores adscritos al GAD Municipal de la ciudad de acuerdo a la información recopilada, cuentan solo con acompañamiento de ferias y algunas charlas de motivación, mas no de formación integral que los ayuden a superar las limitaciones que presenta

el entorno a la hora de emprender y que los oriente a contribuir de manera directa en la economía de la ciudad.

Este proyecto se ajusta a la línea de investigación de calidad de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Preguntas de Investigación

Las siguientes son las preguntas de investigación que permitirán plantear los objetivos de este estudio y obtener las respuestas necesarias.

1. ¿En qué sentido contribuye un programa de formación en el desarrollo del emprendimiento femenino en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro?
2. ¿Cuál es la literatura existente sobre emprendimiento y equidad de género?
3. ¿Qué estudios similares existen sobre los limitantes del emprendimiento masculino y femenino?
4. ¿Cuál es la metodología de investigación que se utilizará para aplicar un instrumento de recolección de datos para identificar los indicadores de las necesidades de los emprendedores?
5. ¿Qué debe contemplar una propuesta para la creación de programa de formación que permita desarrollar el proceso del emprendimiento sostenible y equitativo en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro?

Objetivos

Objetivo General

Establecer un Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles para alcanzar la equidad en los emprendedores registrados en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro.

Objetivos Específicos

- Revisar la literatura existente sobre emprendimiento y equidad de género.
- Realizar una revisión bibliográfica para la construcción de marco referencial que permita identificar los limitantes existentes en el emprendimiento masculino y femenino.
- Establecer que metodología de investigación se utilizará y aplicar el instrumento de recolección de datos que brinda la cámara de emprendedoras de España para identificar los indicadores de las necesidades de los emprendedores.
- Proponer un programa de formación para desarrollar emprendimientos sostenibles y equitativos en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro.

Capítulo I

Marco Teórico

Emprendimiento.

El espíritu empresarial y los emprendedores han adquirido una importancia creciente en todo el mundo, (Sousa 2018) informa que esto sucede “al considerar su impacto positivo en el empleo, la productividad, la innovación y el crecimiento económico, por parte de analistas, teóricos de la economía e investigadores” (p. 18).

El emprendimiento es un proceso cuyas raíces se basan en sueños y resultan en valores en todas las acciones que facilitan la vida humana, esto en la medida que cambian las áreas tecnológicas, económicas, sociales, legales y políticas que las empresas enfrentan ... están creando oportunidades en el mercado competitivo actual (Aparicio et al. 2019).

Para (Khemesh 2019) el emprendimiento “se puede expresar como reconocer problemas y necesidades, crear un producto/servicio y beneficio social que se puede comercializar, juntar y organizar los factores de producción, asumir riesgos, innovar, prever y evaluar oportunidades para todos ellos” (p. 12).

Concepto de Emprendimiento.

Los economistas nunca han tenido una definición coherente de "emprendedor" o "emprendimiento" por lo que puede entenderse como un sistema individual o colectivo, interno o externo a la estructura organizativa, que desarrolla algo nuevo desde la concepción de ideas hasta la creación de una empresa (Pereyra 2018)

El concepto propone que una empresa emprendedora, que se centra en la innovación, está abierta al riesgo y se preocupa de forma proactiva por sus competidores. (Sousa 2018) afirma:

(...) la innovación es una función específica del espíritu emprendedor, ya sea en una empresa existente, en una institución de servicio público o en una nueva empresa, iniciada por un

emprendedor que crea nuevos recursos que producen riqueza o dota a los recursos existentes de un mayor potencial de creación de riqueza. (p. 18).

Aunque el concepto de emprendimiento ha existido y se conoce desde hace siglos, los economistas clásicos y neoclásicos excluyeron a los emprendedores de sus modelos formales: asumieron que los actores plenamente racionales conocerían la información perfecta, sin correr riesgos. (Primo Tapia and Turizo Tapia 2017). No fue hasta mediados del siglo XX que los economistas intentaron seriamente incorporar el espíritu emprendedor en sus modelos (Briascos 2016).

Según (Reynolds 2005), el emprendimiento puede conceptualizarse como identificar oportunidades y crear nuevas empresas u organizaciones. Es el principal motor del crecimiento económico y la creación de empleo: crea nuevas empresas y oportunidades de empleo, abre nuevos mercados y desarrolla nuevas habilidades y capacidades.

Desde este punto de vista, es posible entender que el empresario no sólo arriesga su dinero sino también su prestigio, pues se concibe como un atributo humano, que incluye la voluntad de afrontar la incertidumbre.

Capacidad de Emprender

El emprendimiento es uno de los impulsores clave del desarrollo en cualquier sociedad, así como de su capacidad para contribuir al desarrollo económico, social y político.

Por este motivo (Eze 2012) menciona que el emprendimiento es

Un proceso de creación de esta autoconciencia y el desarrollo de la capacidad individual para el pensamiento creativo e innovador, la toma de decisiones y la implementación de acciones/políticas debe ser un componente integral de lo que las personas aprenden en las escuelas, colegios y universidades. La capacidad del sistema educativo para proporcionar dicha formación a las personas depende de la disponibilidad de la capacidad necesaria en

términos de personal y otras instalaciones para la transferencia adecuada de conocimientos, habilidades y desarrollo de la mentalidad. (p. 5).

La capacidad de emprendimiento individual se define en función de dos tipos de capital, y analiza su impacto tanto en el desempeño económico como no económico. Ante ello, Briasco (Briasco 2016) manifiesta:

Esto constituye un enfoque innovador en el sentido de que utiliza información recopilada a nivel individual (es decir, el empresario). Además, este es un punto importante ya que faltan estudios sobre el papel que juegan los distintos tipos de capital determinados a nivel individual y dentro de la empresa, en términos de la determinación del desempeño tanto económico como no económico. (p. 222)

Para ello, (Leitão and Franco 2017) argumentan que “se capturan las características individuales del emprendedor mediante el uso de diferentes variables que forman parte de las diferentes dimensiones del modelo conceptual propuesto” (p. 635).

Por otro lado, (Sousa 2018) explica que para convertirse en un empresario de éxito se requiere un conjunto de habilidades técnicas, pero también la combinación de oportunidades, capacidades y recursos. Sin embargo, el emprendedor necesita ser un líder para dirigir el negocio y los equipos de manera eficiente y lograr los objetivos para tener éxito. (p. 20)

En cuanto al caso de Ecuador con respecto a la capacidad emprendedora Lasio, Amaya, Zambrano y Ordeñana (2020) mencionan que:

Se ubica en la posición relativa 39 de 54 países participantes en el ciclo 2019 del GEM, donde Suiza y Holanda ocupan las posiciones 1 y 2 respectivamente, aunque no es sinónimo de poseer la más alta actividad emprendedora. Al observar las puntuaciones obtenidas por los países, se hace evidente sin embargo que, aun cuando algunos están mejor posicionados, todos poseen debilidades en el entorno de emprendimiento.

Por otro lado, Lasio, et al, (2020) también explican que la atmósfera de emprendimiento es una medida de la favorabilidad del país para el emprendimiento. En el modelo GEM, corresponde a la Condición Marco de Emprendimiento (EFC), que es uno de los determinantes de las actividades emprendedoras, como se muestra en la Figura 1.

Figura 1

Evaluación de los Ecosistemas de países Latinoamericanos seleccionados

	Ecuador	Brasil	Chile	Colombia	Paraguay	LatAm	Nivel de ingresos		
							Bajo	Medio	Alto
Financiamiento para emprendedores	2.88	4.78	3.75	3.39	2.52	3.39	4.34	3.78	4.8
Políticas gubernamentales: apoyo y relevancia	3.31	3.92	4.71	5	2.41	3.43	4.49	3.46	4.6
Políticas gubernamentales: impuestos y burocracia	2.66	2.25	4.79	3.11	3.53	3.18	3.91	3.58	4.22
Programas gubernamentales	3.44	3.91	5.47	4.53	3.44	3.89	4.17	3.58	4.85
Educación en emprendimiento: etapa escolar	3.49	2.03	2.54	3.05	1.88	2.49	3.19	2.78	3.39
Educación en emprendimiento: postsecundaria	5.39	4.25	4.93	5.29	3.82	4.73	4.9	4.42	4.82
Transferencia de I + D	3.1	3.21	3.69	3.56	2.47	3.21	3.77	3.34	4.3
Infraestructura comercial y legal	4.44	4.53	4.39	4.02	3.44	4.23	4.8	4.75	5.16
Dinámica del mercado interno	4.99	5.84	4.13	4.5	3.26	4.45	5.53	5.02	5.21
Apertura del mercado interno	3.7	3.86	3.94	3.94	3.79	3.72	4.43	3.88	4.58
Infraestructura física	6.97	5.49	7.72	5.76	5.75	6.24	6.21	6.34	6.93
Normas sociales y culturales	5.92	3.72	5.27	4.74	4.8	4.88	5.08	4.66	5.26

Nota. Tomado GEM (2019)

Al revisar la figura 1 cabe mencionar, que, si bien existen similitudes en algunos datos, como la situación en Colombia y Ecuador, esto no significa que las fortalezas y debilidades sean las mismas, pues si bien sus puntajes promedio son similares, la mayor diferencia radica en la relevancia del apoyo al emprendimiento y las políticas gubernamentales; Colombia está muy por encima de Ecuador y el promedio regional.

El Emprendedor.

Los emprendedores desempeñan un papel clave en cualquier economía y utilizan las habilidades y la iniciativa necesarias para anticiparse a la demanda y aportar nuevas y buenas ideas al mercado. (Scharch 2016) cree que aquellos que asuman con éxito riesgos empresariales

obtendrán oportunidades de ganancias, fama y crecimiento continuo, mientras que aquellos que fracasan, sufren pérdidas y se vuelven menos frecuentes en el mercado.

Un emprendedor es un individuo que crea un nuevo negocio, soporta la mayoría de los riesgos y disfruta de la mayoría de las recompensas, visto comúnmente como un innovador, una fuente de nuevas ideas, bienes, servicios y negocios/o procedimientos. (Schumpeter 1935)

explica que:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo.

En palabras de los economistas, los emprendedores cumplen el rol de coordinador en la economía capitalista, que se manifiesta en la transferencia de recursos a nuevas oportunidades potenciales de lucro. Ante lo cual, (Mon 2017) argumenta que:

El emprendedor mueve varios recursos, tanto tangibles como intangibles, promoviendo la formación de capital. En un mercado lleno de incertidumbre, es el emprendedor el que realmente puede ayudar a aclarar la incertidumbre, al hacer juicios o asumir el riesgo. En la medida en que el capitalismo es un sistema dinámico de pérdidas y ganancias, los emprendedores impulsan descubrimientos eficientes y constantemente revelan conocimiento. Las empresas establecidas enfrentan una mayor competencia y desafíos por parte de los emprendedores, lo que a menudo las estimula también hacia los esfuerzos de

investigación y desarrollo. En términos económicos técnicos, el emprendedor interrumpe el rumbo hacia el equilibrio de estado estacionario. (p. 23).

Es comprensible que cultivar el espíritu empresarial pueda tener un impacto positivo en la economía y la sociedad de muchas maneras, porque los empresarios crean nuevas empresas, inventan bienes y servicios, creando así puestos de trabajo y, a menudo, tienen un efecto dominó, lo que resulta en más y más desarrollo. Por ejemplo, (Correa et al. 2020) informan que después de que algunas empresas de TI se establecieron en la India en la década de 1990, las empresas de industrias relacionadas, como las operaciones de centros de llamadas y los proveedores de hardware, también comenzaron a desarrollar y proporcionar servicios y productos de soporte.

También, Freire (2017) comunica que los empresarios aumentan la renta nacional bruta y las empresas aún pueden estar limitadas a su mercado y eventualmente alcanzar el techo de ingresos, pero han creado nuevos mercados y riqueza a través de la innovación tecnológica o de productos (p. 15). Además, el aumento del empleo y las mayores ganancias ayudan a construir la base impositiva de un país, lo que permite al gobierno gastar más en proyectos públicos. (Alviz, Guerrero, and Posada 2017) indican:

Los emprendedores crean un cambio social. Rompen la tradición con inventos únicos que reducen la dependencia de los métodos y sistemas existentes, a veces haciéndolos obsoletos. Los teléfonos inteligentes y sus aplicaciones, por ejemplo, han revolucionado el trabajo y el juego en todo el mundo. (p. 23)

En fin, los emprendedores no solo se preocupan de obtener beneficios, sino que también invierten en proyectos comunitarios y ayudan a organizaciones benéficas y otras organizaciones sin fines de lucro, apoyando causas más allá de las suyas.

Equidad de Género

En todo el mundo se observa un aumento de las intervenciones políticas que promueven la creación de nuevas empresas a nivel estatal, regional y local, y que contribuyen al crecimiento sostenible y a la creación de riqueza. En consonancia con estos avances, también está aumentando el número de mujeres que inician o poseen un negocio. Sin embargo, (Aparicio et al. 2019) recuerdan que:

La situación del empresariado femenino en todo el mundo refleja las desigualdades de género en el entorno externo, que suelen ser más pronunciadas para las mujeres que para los hombres, y dichas desigualdades conducen a un acceso desigual a los recursos y a las oportunidades. Además, las tasas de emprendimiento difieren significativamente de un país a otro, y el número de mujeres y hombres que se incorporan a las actividades por cuenta propia y a las empresas continuas se encuentra dentro de un mismo estado. (p. 48)

La desigualdad de género se define como “la desigualdad de trato entre hombres y mujeres que da lugar a una discriminación basada en el género que afecta a sus derechos, responsabilidades y oportunidades” (Yunis, Hashim, and Anderson 2018). Por otro lado, ha mostrado descensos en una serie de indicadores de desarrollo humano, por lo que la "igualdad de género" se adoptó como objetivo central en la agenda de sostenibilidad de la ONU para 2030 (Spigel and Stam 2020).

Los especialistas en negocios internacionales del ámbito empresarial, económico y de desarrollo coinciden en que la mejora de las condiciones para el emprendimiento femenino y el aumento del número de empresas dirigidas por mujeres desempeñan un papel fundamental para lograr el "desarrollo sostenible" de una nación, sostienen (Spigel and Stam 2020). Además, (Ruiz, Camelo, and Coduras 2016) añaden que la consecución del objetivo 5 “Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas” es especialmente importante para los países

de Oriente Medio y Norte de África, ya que son los que han registrado continuamente el menor número de mujeres en la población activa que cualquier otra región.

El espíritu empresarial reduce la pobreza en las economías en desarrollo. Sin embargo, la desigualdad puede obstaculizar estos esfuerzos, ya que afecta a los niveles de emprendimiento en la sociedad. (Freire 2017) se refieren a la desigualdad económica como:

Distribución desigual de los recursos financieros en las sociedades. La dotación de dichos recursos es fundamental para el posterior éxito empresarial, ya que dan acceso al crédito y al capital social, permiten la adquisición de otros recursos necesarios, como los humanos y físicos, y ayudan a las empresas de nueva creación a sobrevivir a las responsabilidades de la novedad. (p. 17)

Por lo tanto, los diferentes grados de desigualdad en las naciones pueden conducir a diversos niveles de emprendimiento. Del mismo modo, existen diferencias significativas en los niveles de emprendimiento entre hombres y mujeres en cuanto al menor número de actividades empresariales emprendidas por las mujeres en comparación con los hombres, además de las menores expectativas de crecimiento y el menor tamaño de las empresas propiedad de mujeres (Hahm 2018).

En todo el mundo, los hombres también son desproporcionadamente más propensos a crear organizaciones innovadoras y orientadas al crecimiento. Ante esta realidad (Bastian, Metcalfe, and Zali 2019) explican que, dado que la desigualdad es un antecedente importante de las actividades empresariales en general, y de la comprensión del contexto social, es necesario abordar la "desigualdad de género" como una variable explicativa importante al estudiar la brecha de la dinámica de género en el espíritu empresarial.

El género del emprendedor

Iniciar un negocio puede cambiar vidas, especialmente para las mujeres en los países en desarrollo. Este es un pasaporte a la independencia económica, un medio para deshacerse de la pobreza. (Auerswald 2015) revela que:

Más mujeres empleadas dan seguridad financiera a las familias. Ayuda a garantizar a los niños una buena alimentación, una educación sólida y una atención médica confiable. Y debido a que las mujeres emplean a otras mujeres y gastan más en sus familias, las mujeres empresarias crean economías más inclusivas y comunidades prósperas. Las ganancias potenciales del PIB a partir de la igualdad de género en el lugar de trabajo son enormes, hasta un 50 por ciento en partes del sur de Asia.

Como se evidencia, a pesar de todo este potencial, las mujeres empresarias enfrentan obstáculos considerables. (Hahm 2018) menciona que:

El sesgo de género se manifiesta en las leyes de sucesiones, trabajo y seguridad social. Muchas mujeres trabajan en la economía informal sin protección y los prejuicios sociales frustran el potencial empresarial de las mujeres. En toda Asia, las mujeres dedican hasta seis horas de trabajo de cuidados no remunerado al día, lo que frustra el logro educativo y las perspectivas profesionales. (p. 34)

Las empresas dirigidas por mujeres están creciendo constantemente en todo el mundo, contribuyendo a los ingresos de los hogares y al crecimiento de las economías nacionales (Zenger and Folkman 2019). Sin embargo, las mujeres enfrentan limitaciones de tiempo, humanas, físicas y sociales que definen su capacidad de hacer crecer sus negocios. Varios estudios y programas de ayuda afirman que la contribución al bienestar resultante del emprendimiento femenino es mayor que la resultante de la actividad de los hombres (Sarango-Lalangui, Armas-Herrera, and Ramón-Jaramillo 2016).

Para las mujeres que desean iniciar o expandir un negocio, el acceso a la financiación es clave. El 70 por ciento de las microempresas, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) propiedad de mujeres están desatendidas por las instituciones financieras de los países en desarrollo. Las mujeres luchan por obtener préstamos en una región donde se requiere tierra como garantía, pero donde muy pocos son propietarios. (Hernández and Albella 2017) Por tanto, las empresas propiedad de mujeres son sistemáticamente más pequeñas y se concentran en sectores menos rentables. (Hahm 2018) explica que:

Para superar estos desafíos, la Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico (CESPAP) está lanzando una nueva iniciativa con el generoso apoyo financiero de Global Affairs Canada. Su objetivo: apoyar la financiación de mujeres emprendedoras e innovadoras, mejorar su acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y crear un entorno político en el que sus negocios puedan prosperar. Dará a veinte mil mujeres emprendedoras un mayor acceso a las TIC y las finanzas. (p. 34)

Significa que las condiciones y características que conducen al emprendimiento femenino de alto potencial se producen en múltiples niveles.

Las mujeres empresarias, al igual que sus contrapartes masculinas, están influenciadas por el entorno comercial general en el que viven. Tanto los aspirantes a hombres como a las mujeres emprendedoras son desincentivados por un entorno comercial general inestable, procedimientos altamente regulados o burocráticos para iniciar, administrar o salir de un negocio (Hernández and Albella 2017).

Algunas instituciones formales o condiciones culturales crean barreras adicionales para las mujeres que dificultan el inicio o el crecimiento de una empresa comercial, como la disminución de los derechos legales o restricciones sobre actividades de las mujeres fuera del hogar o su capacidad de viajar dentro de sus comunidades, fuera de sus comunidades o fuera del

país (Yunis et al. 2018). Además, esta combinación de actitudes de género, normas sociales y creencias puede dar como resultado un acceso más limitado a recursos críticos para el desarrollo del emprendimiento femenino de "alto potencial", como educación, habilidades y finanzas (Minniti 2010).

Los argumentos a favor de invertir en mujeres empresarias son abrumadores, pues son verdaderos agentes de cambio cuya innovación puede impulsar a comunidades, empresas y países, ya que están comprometidos a mejorar sus perspectivas, a liberar todo el potencial de las mujeres emprendedoras y a situar la igualdad de género en el centro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en Asia y el Pacífico (Hahm 2018).

Por ello, un análisis de género más profundo del sector de las MiPyME complementará estas actividades tales como: informar las políticas que fortalecen los derechos de las mujeres y el acceso a la justicia; reformas que actualizan los regímenes de herencia y propiedad; y legislación que prohíba la concesión de créditos según el sexo o el estado civil (Zenger and Folkman 2019). En consecuencia, para un desafío tan amplio, es necesario reunir a mujeres emprendedoras y responsables de políticas, para construir una respuesta sensible al género en todas las áreas de políticas y gobiernos.

Ecosistema del emprendedor

Cuando un grupo de individuos diferentes apoyan el emprendimiento en conjunto con capitalistas de riesgo, inversores y bancos de negocios, así como instituciones como universidades, agencias del sector público y los procesos empresariales, aumenta la tasa de natalidad empresarial, el número de empresas de alto potencial de crecimiento, los emprendedores en serie y su ambición empresarial, a esto según (Khemesh 2019) se le conoce como ecosistema del emprendedor.

En tal sentido, (Mason and Brown 2014) resaltan que “una característica de los ecosistemas empresariales es el flujo de información durante el proceso empresarial” (p. 45). En este entorno "rico en información", las personas pueden adquirir conocimientos sobre compradores, nuevas tecnologías, posibilidades operativas, disponibilidad de equipos y conceptos de marketing para encontrar los productos y las oportunidades de servicio que necesitan.

(Khemesh 2019). Por otro lado, (Spigel and Stam 2020) enseñan que:

Los seis dominios del ecosistema de emprendimiento son políticos, finanzas, cultura, apoyos, capital humano y mercados. Estos dominios muestran que el ecosistema emprendedor contiene un cambio de un pensamiento económico tradicional a una visión económica más nueva de las personas, las redes y las instituciones.

En fin, el ecosistema emprendedor debe tener una relación interconectada y un enfoque cooperativo entre los diferentes actores que lo componen, con la premisa de ser un ecosistema dinámico, que en palabras de (Auerswald 2015) es donde “las personas y las ideas se intercambian entre sí para crear nuevas empresas, fusionar negocios actuales y presentar nuevas innovaciones” (p. 67).

En otro sentido, investigaciones sobre el ecosistema empresarial, muestra que un alto nivel de autoempleo obstaculizará el desarrollo económico. En otras palabras, si el espíritu empresarial no está debidamente regulado, conducirá a comportamientos injustos en el mercado y corrupción, y demasiados empresarios generarán desigualdad de ingresos en la sociedad.

Tal es el caso de Lasio, et. al. (2020) que en su investigación los resultados muestran que algo más de la mitad (58%) de las start-ups y emprendimientos se han establecido en menos de 3 años, mientras que el 42% restante son empresas jóvenes (3-15 años).

Con este fin, el gobierno generalmente ayuda al desarrollo del ecosistema empresarial, que puede incluir a los propios empresarios, programas de asistencia financiados por el gobierno

y capitalistas de riesgo. También pueden incluir organizaciones no gubernamentales, como asociaciones de empresarios, incubadoras de empresas y programas educativos.

Por ejemplo, el Silicon Valley de California se cita a menudo como un modelo para un ecosistema emprendedor que funciona bien porque tiene una base de capital de riesgo bien desarrollada, una gran cantidad de talentos bien capacitados y una amplia gama de programas estatales y no gubernamentales que fomentan nuevos emprendimientos comerciales e información y emprendimiento Brindar apoyo. (Delai 2019)

Entorno Familiar.

Gestionar las demandas tanto del trabajo como de la familia es un desafío continuo para las mujeres emprendedoras. Ante esta realidad, (Shelton 2006) documentó que las mujeres experimentan un mayor conflicto entre el trabajo y los roles familiares que los hombres, y los resultados negativos de este conflicto en el bienestar de las mujeres, relativamente poco trabajo ha examinado las estrategias empleadas para mitigar el conflicto trabajo-familia.

La realidad es que las mujeres siguen siendo las principales cuidadoras, ya sea que hablemos de niños o padres mayores. Sin embargo, al analizar el papel del conflicto trabajo-familia en el desempeño de las empresas, Shelton (2006) encontró que las mujeres sugieren que tal conflicto puede tener tanto un impacto negativo, así como un papel mediador positivo de las estrategias de gestión del trabajo y la familia en el desempeño de las empresas (p. 293).

Complementando la investigación de Shelton, en su estudio Jennings y McDougald (2007) también se centran en los efectos indirectos entre los ámbitos empresarial y familiar en su modelo conceptual que vincula el conflicto trabajo-familia y el rendimiento de los empresarios. Estos investigadores indican que las estrategias empleadas por los empresarios para mitigar el conflicto trabajo-familia pueden tener resultados tanto perjudiciales como beneficiosos.

(Welsh and Kaciak 2018) por su parte, explican que la influencia perjudicial del conflicto trabajo-familia en el rendimiento puede deberse a la propagación de emociones, actitudes y comportamientos negativos de la familia a la empresa. Sin embargo, Jennings y McDougald (2007) también sugieren que el conflicto trabajo-familia puede tener un efecto positivo en el rendimiento, lo que se explica por el hecho de que las mujeres empresarias son mejores en la multitarea que han practicado en casa y luego transfieren estas experiencias al ámbito empresarial con mayor confianza

Si bien las mujeres están haciendo grandes avances en el logro educativo en los niveles primario y secundario, a menudo carecen de la combinación de educación, habilidades vocacionales y técnicas, y la experiencia laboral necesaria para apoyar el desarrollo de negocios altamente productivos (Lasio 2019). Ciertamente, existe una serie de relaciones entre el estrés de rol del empresario y sus consecuencias, que incluyen el conflicto laboral-familiar, el rendimiento laboral, la satisfacción laboral y el abandono, a lo que (Welsh and Kaciak 2018) manifiestan que cuanto mayor sea el estrés de rol de los empresarios, menor será su rendimiento laboral.

A pesar de la evidencia presentada cada día la mujer incursiona más en tener su propia empresa, ante lo cual (Sarango-Lalangui et al. 2016) revelaron que aproximadamente el 74% de las mujeres dijeron que la flexibilidad es más importante que ganar la mayor cantidad de dinero, ósea que prefieren ser su propio jefe pues les permite más libertad que trabajar para otra persona.

En síntesis, esta autonomía adicional es especialmente útil cuando la familia es la prioridad número uno, por consiguiente, tener la capacidad de establecer su propio horario facilita el tiempo para hacer ejercicio y llevar un estilo de vida saludable, otra razón por la cual las mujeres están recurriendo al emprendimiento.

Limitantes

Estudios y estudios recientes han puesto de relieve las diferencias de género en las actividades empresariales en diferentes países. Aunque el número de mujeres emprendedoras ha aumentado significativamente en los últimos años, según el proyecto Global Entrepreneurship Monitoring (GEM), donde participan mujeres y hombres emprendedores, en casi todos los países la participación de las mujeres es obviamente desventajoso. (Ruiz et al. 2016).

Para (Hablich, Bermúdez, and Espinoza 2019) “las barreras que limitan el emprendimiento son la falta de financiamiento, aversión al riesgo, redes sociales, responsabilidades familiares”. Además, observaron que las mujeres tienen su propia cultura en su propio país, y sus carreras a menudo son a tiempo parcial o tareas escolares porque tienen que cuidar de sus hijos y miembros de la familia la mayor parte del tiempo. Esto se debe a que los métodos culturales todavía creen que las obligaciones familiares son responsabilidades de las mujeres, mientras que las obligaciones económicas son más responsabilidades de los hombres.

En cuanto al acceso a la financiación, (Aparicio et al. 2019) señala que es una limitante principal para el crecimiento de las empresas propiedad de mujeres, ya que existe una diferencia significativa en el acceso a servicios financieros para empresas propiedad de mujeres y hombres esto en países en desarrollo. En promedio, las mujeres tienen menos acceso a servicios bancarios básicos, como cuentas corrientes y de ahorro.

Ante esto, (Welsh and Kaciak 2018) revelan que la subordinación estructural de la mujer frente al hombre actúa como un inhibidor del crecimiento y el desarrollo dificultando las oportunidades y las opciones, o incluso puede impedir que surjan nuevas empresas dirigidas por mujeres. Además, (Yunis et al. 2018) señalan que esta subordinación y la inclinación a negar a las mujeres sus derechos se han achacado a lo largo de la historia debido a propuestas poco

realistas por parte de la sociedad, por lo cual es necesario fomentar interpretaciones "verdaderas" de la condición de la mujer para lograr un cambio positivo en esta sociedad.

Como resultado, muchas mujeres empresarias dependen de sus propios ahorros, préstamos de familiares y amigos o microcréditos para financiar sus necesidades comerciales (Harper 2019). Sin embargo, (Aparicio et al. 2019) también explica que el tamaño pequeño y la naturaleza a corto plazo de los micro préstamos no permiten a las mujeres prestatarias realizar inversiones a largo plazo en sus negocios.

En otro tema, el entorno institucional y legal es crítico para el crecimiento de las empresas propiedad de mujeres, (Arosemena 2019) argumenta que:

Las barreras legales y reguladoras desproporcionadamente altas también pueden tener un profundo efecto en la capacidad de las mujeres para administrar negocios más fuertes y viables. Solo 38 de las 141 economías cubiertas en la base de datos de Mujeres, Negocios y Derecho establecieron los mismos derechos legales para mujeres y hombres en áreas clave como abrir una cuenta bancaria, obtener un trabajo sin permiso de su cónyuge y ser propietario y administrar propiedades. (p. 1689)

Las leyes que regulan el ámbito privado, específicamente las relacionadas con el matrimonio, la herencia y la tierra, pueden obstaculizar el acceso de las mujeres a los activos que pueden usarse como garantía al obtener un préstamo (Oliver 2017). Si bien las brechas de género en la educación tienden a cerrarse con el desarrollo, lo mismo no ocurre con las brechas de género en los derechos legales, según (Carrigan 2019) los países de ingresos medios tienen la misma probabilidad que los países de bajos ingresos de definir a los hombres como jefes de familia, para darle al marido el derecho a elegir el hogar matrimonial o negar a las mujeres la capacidad de poseer activos en su propio nombre.

Por último, también es menos probable que las mujeres puedan pagar o tener acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC).

Las TIC son necesarias para funcionar en un mundo donde lo digital se está convirtiendo en la norma y en un elemento importante para hacer crecer un negocio. El analfabetismo es otra barrera para el uso de las TIC entre las mujeres de bajos ingresos. Además, los puntos públicos de Internet, proporcionados a través de centros de negocios, bibliotecas y cibercafés, no siempre son amigables para las mujeres con horarios inconvenientes de operación o instalaciones inseguras, socialmente inapropiadas (Khemesh 2019).

Por otro lado, (Martinez Dy 2020) explica que los emprendedores masculinos deben enfrentar desafíos socioculturales, esto en el caso de ser inmigrantes, desafíos que son una expresión de dominios de desigualdades y jerarquías principalmente en términos de género, raza y etnia y clase social que están en el corazón de las jerarquías.

Otras limitaciones están surgiendo debido a los continuos cambios políticos y económicos, como los empresarios refugiados. El modelo de emprendimiento basado en desafíos presentado por (Miller and Le Breton-Miller 2017), quienes postulan que las limitantes se pueden clasificar en función de los desafíos que encuentran los emprendedores, es decir, desafíos económicos, socioculturales, cognitivos, físicos y emocionales.

Herramientas para los emprendimientos

Las actividades iniciales de iniciar una empresa comercial han pasado por un replanteamiento radical en la última década. En el siglo anterior, la idea era aplicar las herramientas y técnicas de la administración de empresas en una versión reducida, en la actualidad (Cousins 2018) explica que se han desarrollado procesos que incorporan el método científico en la búsqueda de un modelo de negocio que se adapte a las necesidades del cliente con productos y servicios novedosos.

Ciertamente, ser un emprendedor exitoso a menudo significa ser capaz de equilibrar los diferentes aspectos de un negocio, como la financiación, la contabilidad y la gestión, por lo cual se procede a revisar herramientas administrativas y financieros para ejercer un buen emprendimiento.

Herramientas Administrativas

Un gran desafío para los emprendedores es mantenerse organizado, las herramientas administrativas son de vital importancia para emprendedores que se encuentran en etapa inicial, serán de gran beneficio para alcanzar el éxito.

Modelo Europeo de Excelencia (EFQM)

El modelo EFQM se compone de siete estándares, y su línea principal básica muestra la conexión lógica entre los objetivos y la estrategia de la organización, y cómo se puede utilizar para ayudar a sus grupos de interés clave a crear valor sostenible y producir resultados sobresalientes. (Club Excelencia en Gestión 2020)

Figura 2

Modelo Europeo de Excelencia.



Nota. Tomado de Criterios del Modelo Europeo y Calidad Total y Excelencia del EFQM (p. 658), por Cabo, J y Guerra, A (2014).

El Modelo puede beneficiar tanto a organizaciones de cualquier tamaño o sector como a personas que buscan un marco de gestión probado y comprobado.

Desde su creación, el modelo EFQM ha proporcionado un plan para que las organizaciones de Europa y fuera de ella desarrollen una cultura de rendimiento e innovación. Entonces, si desea definir un propósito sólido, inspirar a líderes en todos los niveles y crear una cultura comprometida con impulsar el desempeño, sin dejar de ser ágil, adaptable y capaz de evolucionar para el futuro, entonces el modelo EFQM es para usted.

Ayuda a definir su propósito, elemento vital de cualquier organización. Sin el, no hay razón para servir. El nuevo modelo EFQM pone un énfasis incomparable en la importancia del propósito, la visión y las estrategias ágiles para las organizaciones si quieren crear valor sostenible.

El nuevo modelo EFQM es un creador de cultura innovadora, que valora las creencias fundamentales de calidad y los objetivos compartidos en el corazón de las organizaciones, al tiempo que les permite permanecer conectados y comprometidos con su visión.

Ser ágil en medio de amenazas emergentes es el marcador de una organización eficaz.

El nuevo modelo EFQM ha sido diseñado a partir de años de experiencia en mercados cambiantes para comprender los beneficios del análisis organizacional, el pronóstico futuro y la inteligencia predictiva para impulsar una verdadera transformación. (European Foundation for Quality Management 2013)

Elevator Pitch Builder

Uno de los puntos clave que debería tener en cuenta un emprendedor que esté gestando un proyecto es aprender, desde el primer minuto, a comunicarlo.

Comunicarlo no es hablar sin parar sobre sus inicios, cómo surgió la idea, los errores cometidos, Saber comunicar es captar la atención de la persona (o personas) que tenemos delante y transmitir en un tiempo limitado, todos los puntos fuertes de lo que tengas entre manos. De todo eso se encarga el elevator pitch, el discurso que te ayudará a enfrentarte a cualquier audiencia”. (Sepúlveda 2016)

Es una forma concisa y rápida de conseguir que los demás se interesen por tu trabajo o un proyecto concreto. Eso no deja mucho tiempo dentro de esa respuesta a corto plazo a los estímulos para atraer y mantener la atención de alguien.

Es posible entender que es una herramienta útil para el desarrollo emprendedor de los estudiantes, siendo a su vez muy bien acogido. (Guillén Navarro 2018) enseña que la mejora de las destrezas comunicativas o la conciencia o preparación para ser emprendedor son algunas de los aspectos que se han logrado potenciar mediante la realización del elevator pitch, en el que la organización entre los integrantes del grupo conlleva a su vez el desarrollo de otra competencia como es el trabajo en equipo.

Un buen discurso de ascensor debe dar la información suficiente sobre tu trabajo para que el oyente quiera saber más. Hay tantos enfoques para formular un discurso de ascensor como artistas, (Ríos Cardona 2018) expone:

Algunas sugerencias que pueden resultar útiles a la hora de pensar en cómo estructurar su discurso:

1. Sea específico. Hable de proyectos específicos, obras individuales o conjuntos de obras que representen temas generales de su práctica.
2. No tenga miedo de inyectar un poco de humor en su discurso. Los añadidos personales o anecdóticos pueden contribuir a causar una impresión duradera.

3. Sepa por qué su obra es importante y dónde encaja en el canon más amplio de la historia del arte. Si no está convencido de que merece la pena hablar de él, es probable que su oyente tampoco lo esté. (p. 35)

Al analizar lo dicho por Ríos, es comprensible que esta técnica pretenda acortar la robustez de los grandes discursos y argumentos desarrollando cuatro factores diferenciadores: quién propone, qué propone, para qué y para quién.

En otras palabras, la utilidad del discurso de ascensor es que puede optimizar el tiempo y hacer que los interlocutores se interesen en trayectorias, habilidades o ideas de negocios bajo circunstancias imprevistas (Ríos Cardona 2018). En definitiva, es aprovechar la oportunidad de estar con un inversor inesperado y luego concretar un encuentro para profundizar en el tema de interés.

Metodología Lean Startup

Para entender porque los procesos empresariales ocurren de la manera en que lo hacen, también tenemos que entender que los origina. Por lo tanto, una forma es explicar los procesos empresariales en lugar de describirlos, es considerando los principios como prescripciones de instrucción que guían a los empresarios.

Lo que distingue una perspectiva de proceso de una perspectiva de método puede vincularse de forma fructífera al debate sobre las teorías descriptivas, normativas y prescriptivas. Es decir, una perspectiva de proceso puede entenderse como una descripción de los acontecimientos a lo largo del tiempo y concluye en afirmaciones sobre lo que "debería" hacerse.

Por el contrario, una perspectiva de método se ocupa de cómo se puede enseñar a las personas a seguir las prácticas deseadas. Ha habido varios llamamientos académicos para el desarrollo de métodos más sistemáticos y prescriptivos para guiar las actividades empresariales.

El éxito de una empresa emergente no radica en estar en el lugar correcto en el momento adecuado como muchas personas piensan, sino que el éxito de una empresa emergente se puede diseñar siguiendo el proceso correcto, lo que significa que se puede aprender y enseñar.

La base del método Lean Startup cuya metodología fue creada por Eric Ries radica en crear el producto que el cliente necesita y por el que está dispuesto a pagar, usando la cantidad mínima de recursos. El problema de muchos de los emprendedores que han fracasado es que crean un plan de negocio, consiguen financiación, desarrollan el producto y solo después de crearlo y lanzarlo la empresa obtiene retroalimentación de los clientes. Es el momento en el que muchos emprendedores aprenden que los clientes no necesitaban la mayoría de las características del producto o servicio. (Llamas Fernández and Fernández Rodríguez 2018)

El enfoque “lean” es un conjunto de principios, conceptos y técnicas que tiene por objetivo eliminar procesos y establecer un sistema de producción eficiente. Esto permite "entregar los productos requeridos a los clientes en la cantidad requerida y sin defectos cuando sea necesario".

El Lean Start-up surge de la integración de tres métodos o principios que se combinan para desarrollar este enfoque: el lienzo de modelo de negocio, el desarrollo de clientes y el desarrollo ágil que es un conjunto de métodos de ingeniería del software basados en el progreso interactivo e incremental que aporta un concepto básico, el de producto mínimo viable.

Este enfoque se ha adaptado y aplicado en múltiples campos como, la educación, la administración, la salud, la infraestructura, la banca, y el gobierno. (Avella and Melo 2019)

Canvas de la innovación

En los últimos años, tanto el Business Model Canvas creado por Osterwalder y Pigneur como el Lean Canvas desarrollado por Aush Maurya se han implementado en cientos de proyectos, ante esto (Franck 2017) expone que:

Estos lienzos han ayudado a estructurar y comprender realmente la mecánica de los modelos comerciales y la innovación. Esos modelos poderosos jugaron un papel clave en mi comprensión de la creación de valor y los negocios en la actualidad. Sin embargo, aunque encontré que algunos componentes de esos lienzos son muy útiles, otros tienden a desviar la conversación de lo que más importa en la innovación: los clientes y sus problemas.

Es un modelo dinámico y flexible que se actualiza día a día. En este caso, el modelo de negocio se construye progresivamente y evoluciona junto con el negocio de la empresa. Hoy en día, un modelo de negocio exitoso debe ser sostenible. Debe considerar los aspectos económicos, sociales y ambientales. Sin una economía sólida, explica (Chowra 2019) “no tendrá la fuerza para cumplir su misión y cumplir su visión”. En tal caso, (Murray and Scuotto 2015) comparten que:

Este modelo se divide en 2 partes:

- El triángulo: formado por 3 partes, que son las 3 dimensiones del Modelo de Negocio. En otras palabras, para que tu proyecto sea innovador, necesitarás reinventar al menos 2 de esos 3 aspectos.
- Las 4 rondas: a las que hay que responder para que tu lienzo tome forma. Más precisamente, las preguntas son:
 - ¿Quiénes son sus clientes objetivo?

- ¿Qué puede ofrecer para satisfacer sus necesidades?
- ¿Cómo puede crear la propuesta de valor adecuada para ayudarlos?
- ¿Por qué su solución es rentable para usted?

Es posible que ya se haya dado cuenta: para completar una de las 3 dimensiones, debe responder a varias de las preguntas anilladas. (p. 94)

Con lo cual, es posible explicar que los usuarios de Innovation Canvas califican sus fortalezas y debilidades en cada área, antes de identificar los principales desafíos que deben abordar para hacer avanzar su proyecto.

En fin, el modelo Innovation Canvas es quizás el más útil trampolín para la discusión y la búsqueda de perspectivas, ideas y consejos de otros miembros del equipo, de observadores objetivos u otras personas que puedan ayudar con experiencia útil, conocimiento relevante o contactos para impulsar el emprendimiento.

Marketing Digital

Algunos especialistas en marketing lo consideran un concepto completamente nuevo que representa una forma diferente de dirigirse a los clientes y una nueva comprensión del comportamiento del cliente en comparación con el marketing tradicional. (Blanco and Herrera 2017) comunican que:

El marketing digital está en aumento e incluye anuncios de resultados de búsqueda, anuncios por correo electrónico y tweets promocionados, cualquier cosa que incorpore marketing con comentarios de los clientes o una interacción bidireccional entre la empresa y el cliente. Es el uso de Internet, dispositivos móviles, redes sociales, motores de búsqueda y otros canales para llegar a los consumidores. Se dirige a un segmento específico de la base de clientes y es interactivo. (p. 15)

En este caso, el marketing digital requiere un enfoque basado en una comprensión profunda del comportamiento del consumidor para recopilar y utilizar los datos de manera eficaz. Es así que (Amiri and Woodside 2017) listan a continuación las formas más relevantes en el marketing digital, que son:

- Marketing de sitios web: es el medio necesario para ejecutar una variedad de campañas de marketing en línea.
- Publicidad de pago por clic (PPC): Permite a los especialistas en marketing llegar a los usuarios de Internet en una serie de plataformas digitales a través de anuncios pagados.
- Marketing de contenidos: El objetivo del marketing de contenidos es llegar a clientes potenciales mediante el uso de contenidos.
- Marketing de medios sociales: Es el conocimiento de la marca y el establecimiento de la confianza social.
- La comercialización del afiliado: Es una de las formas más antiguas de marketing, e Internet le ha dado nueva vida a este viejo recurso.
- Video marketing: Muchos usuarios recurren a YouTube antes de tomar una decisión de compra, para aprender algo, leer una reseña o simplemente para relajarse.
- Mensajería SMS: Enviar información sobre sus últimas promociones o dar oportunidades a clientes dispuestos. (p. 383)

Por supuesto, el marketing digital plantea desafíos especiales para los proveedores, porque los canales digitales están proliferando rápidamente, por lo que los especialistas en marketing digital deben mantenerse al día con el funcionamiento de estos canales, cómo los

utilizan los destinatarios y cómo utilizar estos canales para comercializar eficazmente sus productos o servicios. (Vicepresidencia de la República Dominicana 2017).

Herramientas Financieras

Las finanzas de acuerdo con (Figuroa 2009) “pivotan en la formación de nuevos negocios y ayudan a los emprendedores a aprovechar las oportunidades para crecer” (p. 123). La aplicación planificada de herramientas financieras es fundamental para el éxito de todos los negocios a lo que (Zamora 2018) agrega que:

Su negocio podría basarse en una visión a largo plazo o un principio personal, pero solo funcionará con éxito si es financieramente sólido. Para que una empresa comercial sea financieramente viable, los empresarios deben manejar las finanzas de manera eficiente y mantenerse alejados de los gastos debilitantes, además de tener el capital adecuado para cubrir los gastos básicos. (p. 20).

Para los emprendedores, la magnitud de la innovación en el sector es vertiginosa, puesto que la narrativa de la soberanía monetaria que han moldeado las criptomonedas ha coincidido con tendencias más amplias hacia la privacidad de los datos y herramientas financieras más accesibles para las partes del mundo no bancarizadas (Spigel and Stam 2020). El potencial de las finanzas abiertas y descentralizadas es enorme y se ha convertido en una de las áreas más convincentes para atraer emprendedores, por ello (Jáuregui and Carmona 2014) da a conocer que:

Los emprendedores necesitan construir negocios rentables para tener éxito. Por lo tanto, se requiere un análisis cuidadoso de los costos para identificar los potenciales de ahorro y las formas de maximizar las ganancias de la empresa. Además, los emprendedores también quieren comparar su estructura de costos con sus competidores y otros puntos de referencia. Hay diferentes tipos de costos: costos fijos y variables.

Al analizarlos estos datos que mencionan Jáuregui y Carmona, se puede determinar el punto de equilibrio en el que el volumen de ventas será rentable para la empresa (Financial Models 2016). Al ejecutar dicho análisis, el empresario tiene una buena oportunidad de hacerse las preguntas correctas para identificar el potencial de ahorro o formas de mejorar la economía de la empresa.

Flujos de caja

Comprender cómo funciona el flujo de efectivo, cómo hacer un estado de flujo de efectivo, entender los problemas de flujo de efectivo y cómo administrar su efectivo puede evitar el dolor de cabeza de los constantes problemas presupuestarios, así lo afirma (Irigoyen 2020) . El flujo de caja es la sangre vital de cualquier empresa, pero muchos propietarios de pequeñas empresas no comprenden el concepto, el cual es definido por (Border and Houpt 2017) como "el efectivo que se espera que genere una inversión, activo o negocio". Esta es una buena definición técnica, pero no le ayuda a comprender cómo funciona, por ello (Rodríguez 2019) explica que:

El flujo de caja es simplemente el movimiento de dinero que entra y sale de su negocio.

Tener un flujo de caja positivo significa que ingresa más de lo que paga, lo que es ideal para cualquier pequeña empresa. Los cálculos de flujo de efectivo incluyen efectivo real y "equivalentes de efectivo", como bonos a corto plazo, papeles comerciales y valores negociables. Estos últimos se consideran parte del flujo de caja porque son activos líquidos y pueden proporcionar a su empresa una fuente de dinero lista si es necesario.

Hay varios tipos diferentes de flujo de efectivo y todos están incluidos en la definición general, entre ellos está el operativo, que es el dinero que genera haciendo negocios, así lo explican (Jáuregui and Carmona 2014); que a su vez argumentan que:

Los índices de flujo de efectivo muestran cómo el dinero que ingresa a su negocio se relaciona con los gastos, las ventas y las deudas. Conocer estas proporciones le ayuda a

determinar la viabilidad de su empresa. Específicamente, si actualmente está equipado para pagar deudas a corto y largo plazo.

Otros aspectos del flujo de efectivo que afectan al emprendimiento son:

- Actividades de inversión: cualquier actividad fuera del curso normal del negocio que afecte el flujo de efectivo, como la compra y venta de equipos o propiedades.
- Actividades de financiación: las inversiones que realiza personalmente en el negocio, más dinero de otras fuentes de financiación (Border and Houpt 2017).

Al juntar los números de estas categorías, (Carrigan 2019) menciona que “se obtendrá el efectivo total y los equivalentes de efectivo para el negocio durante un período determinado, menos los gastos, esto permite ver dónde necesita mejores estrategias de administración del flujo de efectivo”.

Punto de Equilibrio

Es claro que el objetivo principal de las personas que dirigen un negocio es obtener ganancias. Sin embargo, una cosa que la gente debe tener en cuenta es que los negocios están llenos de riesgos; está lleno de altibajos a los que las personas deben estar preparadas para adaptarse y superar. Por ello (Nichols 2018) enseña que “para asegurarse de que el negocio no esté operando con pérdidas, debe monitorear su punto de equilibrio regularmente y no permitir que la cantidad de dinero en el presupuesto operativo caiga por debajo de él”. Aportando al tema (Kozikowski 2007) lo conceptualiza como:

Un punto que proporcionará a los empresarios unidades que venderán para igualar los ingresos. Cuando la empresa se encuentra en el punto de equilibrio o por encima de él, debería poder pagar todos los gastos y dejar al propietario del negocio algo para llevar a casa como beneficio. El problema al que se enfrentan muchas empresas es que no saben

cuándo están en equilibrio. Lo crea o no, son muy pocos los emprendedores que conocen el momento exacto en el que su negocio está obteniendo beneficios. En general, cuando puede pagar a sus empleados y proveedores, y liquidar los gastos, entonces puede decir que su negocio está en un buen terreno operativo

Calcular el punto de equilibrio de una empresa puede resultar bastante complicado, según el tamaño y la complejidad de sus finanzas, en donde (Rodríguez 2019) expresa que: Este es un punto en el que la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas. Por encima del equilibrio están las ganancias y debajo están las pérdidas. Dado que el punto de equilibrio lo ayudará a conocer los retornos de su empresa, este es un punto muy crucial que lo ayudará a obtener los frutos de su arduo trabajo.

Al revisar lo expuesto por los autores es posible concluir que el punto donde los costos variables y los beneficios de la empresa se cruzan es el punto de equilibrio, y que son muchos los beneficios de conocer el equilibrio del negocio, ya que es lo que le permitirá iniciar planes con el fin de hacer crecer a la compañía. Es decir, antes de iniciar cualquier actividad económica, hay que conocer la factura mínima que se necesita para hacerlo.

En última instancia, el equilibrio es una estructura teórica básica que puede que nunca suceda en la economía, porque las condiciones básicas de oferta y demanda suelen ser dinámicas e inciertas, pero en manos de empresarios que compiten en toda la economía, les ayuda a emitir juicios fundamentados sobre la mejor combinación de producto, precio y volumen.

Capítulo II

Marco Referencial

Perspectiva del Emprendimiento según el genero

Siguiendo la perspectiva basada en los recursos, Heilbrunn (2015) expresa que las mujeres empresarias se enfrentan a dificultades diferentes a las de sus homólogos masculinos y si, de hecho, están en desventaja en cuanto a recursos tales como la experiencia de gestión, las aptitudes empresariales y técnicas, la obtención de capital, etc. Los resultados de su estudio muestran que las empresas de las mujeres son más pequeñas, están orientadas a los servicios y son más "baratas" de financiar. En comparación con sus homólogos masculinos, las mujeres empresarias perciben su falta de experiencia de gestión y de conocimientos empresariales como una limitación importante.

Hernández, Huerta, & Martínez (2018) indica que la investigación sobre el espíritu empresarial es un campo de desarrollo relativamente nuevo en México, especialmente en relación con las mujeres, por lo que en este estudio se logró reconocer el proceso del emprendimiento identificando las características generales de la empresa, la motivación emprendedora y las dificultades que encontraron las mujeres para crear la empresa.

Mejía y Vargas (2018), enmarcan un estudio documental dirigido a identificar los principios clave y rectores para el exitoso proceso de desarrollo empresarial de las mujeres, basado en el hecho de que si bien las féminas colombianas son hoy en día un referente de la tendencia creciente de empoderamiento económico y sociopolítico de las mujeres en América Latina y España, desde la perspectiva del patriarcado, el rol social de la mujer históricamente ha sido limitado. Sin embargo, las mujeres apuntan a promover y contribuir a la especificidad del emprendimiento, que también se relaciona con su desarrollo integral y empoderamiento, es el

material básico para avanzar en sugerencias de acciones que permitan el emprendimiento en entornos difíciles.

Moreira, Bajaña, Pico, Guerrero, y Villarroel (2018) tuvieron como principal objetivo analizar la relación entre emprendedores y crecimiento económico, considerando los factores que favorecen el emprendimiento. Encontraron como resultado que la relación triangular entre la empresa privada, el Estado y las universidades debe ser operada claramente, para ello el proceso de diálogo es clave, así como el establecimiento de una línea de interés común a través del consenso y el apoyo al emprendimiento nacional muy importante para el desarrollo económico del país.

Limitantes en el emprendimiento según el género.

Briseño, Briseño, y López-Lira (2016) en su investigación proponían como objetivo contribuir en el entendimiento del emprendimiento femenino en países en desarrollo, donde su principal hallazgo de este estudio que el entendimiento de las características de la empresaria, así como del contexto en el que se desenvuelve es importante para poder interpretar su actividad, siendo la edad un factor importante que influye en la percepción de la actividad empresarial.

Aquino y Castaño (2019) se enfocaron en estudiar aquellos factores que inciden al momento de que una mujer emprende en la ciudad, mostrando como resultado que en la zona urbana de Guayaquil el 41.4% de las mujeres emprenden por necesidad y el 34.2% lo hace por oportunidad. Finalmente, estos datos son comparados con datos oficiales del Global Entrepreneurship Monitor el cual es un organismo encargado de evaluar los factores de emprendimiento en el país, donde sus informes muestran que en Ecuador la mayoría de los emprendedores lo ha hecho por el factor oportunidad

En un estudio, Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado, y Amón (2016) analizaron las características que influyen en las actividades emprendedoras y se evaluó los aspectos que

promueven el emprendimiento y la sostenibilidad de las pymes en Cuenca, encontrando que hay una serie de factores que tendrán un impacto positivo o negativo en la creación y sostenibilidad de una empresa, entre ellos el comportamiento de los emprendedores, la motivación, la actitud y la existencia de oportunidades de mercado. Del mismo modo, se resaltó que la educación es un factor relevante en la creación de una empresa, ya que puede proporcionar herramientas y habilidades comerciales, haciendo de la educación algo fundamental.

Godoy et al. (2018) encontraron, que el comportamiento emprendedor es visto como masculino en los modelos tradicionales de género que atribuyen riesgos y cierto grado de irresponsabilidad o falta de medidas preventivas especialmente al comportamiento masculino. Como portadoras de ciertos atributos, las mujeres parecen más completas, pero al mismo tiempo corren menos riesgos. Sus obligaciones familiares, el hecho de que "siempre se las arreglen con sus hijos" los hace más cautelosos. El sacrificio por el otro y la consciencia de un otro dependiente al cual proteger, cuidar y alimentar, llevan a la mujer a ser más operativa; mientras que el hombre -descuidando aparentemente esos aspectos y de manera más individualista- se enfoca en dirigir.

En su trabajo, Abanades (2016) investigó y planteó las bases metodológicas que permitan implantar en España el emprendimiento e innovación empresarial de las mujeres, así como conocer las diferencias de género, y ampliar la participación de las mujeres en el emprendimiento empoderándolas mujeres en el emprendimiento. Además, hay diversas asociaciones que promueven y fomentan este espíritu, también se ha observado que las mujeres se están posicionando cada vez más como líderes de las empresas españolas, a pesar de que persisten las desigualdades de género y las barreras y obstáculos que recaen sobre ellas.

Aplicación de Herramientas para los emprendimientos

Lozano, Caicedo, y Fernández (2019) confirman la importancia del método Canvas en la estructura de proyectos empresariales, pues ayuda al emprendedor a comprender los factores externos e internos de su idea de negocio a través de un simple lienzo de nueve bloques, verificarlo y finalmente comenzar a desarrollar un plan de negocio más sólido con gran éxito. Posibilidad, porque la estructura moderna del plan de negocio debe incluir el modelo de negocio.

Velásquez (2020) describe el modelo de Diseño de Ideas Emprendedoras (DIE), incluyendo conceptos de negocio, propuestas de valor, análisis de mercado, planes de marketing, estructuras administrativas, investigación técnica y operativa, planificación financiera y resumen ejecutivo, siendo una herramienta metodológica empresarial para la construcción de planes de negocios, y aumentar el porcentaje de factibilidad de implementación y puesta en marcha de la empresa.

Linares y Ponce (2018) ofrecen propuestas a diferentes problemas a los cuales se enfrenta Detox Tuc para que éste sea un emprendimiento sostenible en el tiempo. A partir de las herramientas de análisis de macro y microentorno como ser el análisis PEST, el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter, el modelo Canvas. En base al diagnóstico de su situación, se realizó un plan de acción, para el cumplimiento de los diferentes objetivos propuestos para el emprendimiento. En conclusión, la aplicación de estas propuestas podrá ayudar a Detox Tuc a direccionar sus acciones para un mejor funcionamiento y resultados.

Por otro lado, Dudin (2015) estudia las particularidades del uso del modelo CANVAS en la gestión de la competitividad y la creación de las ventajas competitivas de las estructuras empresariales en la agricultura industrial, encontrando que las estructuras empresariales en la agricultura industrial son las más frágiles en términos de mantener la competitividad y la

capacidad para el desarrollo sostenible, ya que la actividad de dichas entidades está determinada por un gran conjunto de factores ambientales internos y externos.

En Ecuador, en un estudio de Montero, Vélez, Ortiz, & Vacacela (2020), sobre los emprendimientos, para conocer los rasgos culturales y percepciones del guayaquileño alrededor del emprendimiento en la ciudad y sus anhelos para el futuro, ÉPICO desarrolló el estudio de cultura ciudadana para el fomento de la actividad emprendedora, la innovación y competitividad. El estudio se ejecutó en dos etapas; la fase cualitativa consideró a 40 ciudadanos con edades comprendidas entre los 18 y 73 años. La fase cuantitativa se desarrolló de manera remota y consideró a 1002 residentes de los diferentes niveles socioeconómicos de parroquias urbanas de la ciudad de Guayaquil. En aspectos relacionados estrictamente al emprendimiento y la innovación el estudio reportó que el 35% de los encuestados no han realizado emprendimientos siendo las principales razones: (a) falta de ayuda (28%); (b) seguridad laboral (27%); y (c) desconocimiento (26%); el 19% restante se dividía en aspectos como el miedo al fracaso, falta de interés y falta de capital.

El 65% de los encuestados que reportaron haber emprendido, reconocieron la importancia de la estructura y educación para lograr el desarrollo de sus emprendimientos y resaltaban la necesidad de acceder a: (a) guía e inspiración; (b) seguimiento constante; (c) acceso a herramientas; (d) comprensión de la realidad personal y de negocio; y (e) ayuda a reconocer y potenciar sus habilidades.

En otra investigación realizada por Lasio, et al, (2020), sobre el género de los emprendedores, Ecuador es uno de los países con mayor paridad de género en cuanto a la TEA. Sin embargo, a partir de 2015 las proporciones de hombres y mujeres en la TEA, se han venido alejando ligeramente de la paridad. En 2019, el total de emprendedores TEA estuvo compuesto en un 53.5% por hombres y 46.5% por mujeres. La participación de hombres y mujeres en las

diversas etapas del emprendimiento, y cómo ha evolucionado durante los últimos años. La proporción de hombres con negocios nuevos (52.30%) continúa siendo superior a la de las mujeres, manteniendo la tendencia en los últimos años.

Para los negocios establecidos, se observa una mayor proporción de hombres (62%), que muestra una marcada diferencia con las mujeres propietarias (38.0%). En otras palabras, a pesar de que una cantidad similar de hombres y mujeres emprenden, una proporción mayor de hombres lograría sostener sus negocios por más de 42 meses. Cabe resaltar que las disparidades de género vienen desde antes de la decisión de emprender. Tanto los resultados del presente reporte, como los de años pasados, muestran que los hombres manifiestan una mayor autopercepción de capacidades para emprender, y menor temor al fracaso como barrera para iniciar un negocio.

Capítulo III

Marco Metodológico

Tipos de Investigación

De acuerdo al criterio de muchos autores, entre ellos Sampieri, explica que la investigación puede acogerse al criterio del investigador, de acuerdo a sus objetivos y de la finalidad.

En el presente estudio se utilizó la investigación descriptiva - exploratoria, transversal, no experimental, con un enfoque cuantitativo, los datos se recogieron mediante una encuesta estructurada previamente utilizada y validada por un experto, para conocer el estado de los emprendimientos en el Cantón Milagro.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es de tipo descriptiva - exploratoria, porque tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor, concluyente y con lógica inductiva (Sampieri, 2014).

En el presente estudio se utilizó la investigación descriptiva, dado que se analizó como tema principal el auge del emprendimiento, donde se expondrá las principales características y también permitió conocer las variables propuestas en los objetivos.

El autor Sabando (2019) explicó que la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una idea más completa del fenómeno pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales.

De acuerdo a la temporalidad, esta investigación es transversal, según el autor Sampieri (2015) se utiliza para recoger y analizar datos en un momento determinado. Según la manipulación de las variables, esta investigación es no experimental que es muy usada en ciencias sociales,

teniendo como sujeto a una comunidad humana determinada Sampieri, (2014) y se caracteriza porque el investigador no manipula las variables, sino que las observa o las interpreta.

Instrumento de recolección de datos

Para medir las variables se tomó como ejemplo el cuestionario de la INCYDE (2011), el instrumento de los indicadores de emprendimiento, que se realizó para conocer variables relacionadas con la creación de nuevos negocios.

Este instrumento consta de dos bloques que se mencionan a continuación:

- Perfil personal
 - Variables sociodemográficas
 - Entorno familiar y uso del tiempo
 - Situación laboral y económica
 - Relación con el emprendimiento
- Perfil profesional
 - Sector
- Dimensión de la actividad
- Asociacionismo y redes sociales
- Uso de tecnología y consideración de la innovación

De acuerdo al proyecto de investigación desarrollado se adaptó el instrumento de indicadores de emprendimiento, debido a que sus valores están enmarcados en una población distinta a la que se plantea, con dichas preguntas se mide los aspectos que se mencionaron en el marco teórico.

Muestra

Según Sampieri (2015) es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos.

De acuerdo a los objetivos de la investigación, se escogió a los emprendedores que reciben ayuda del GAD municipal de la ciudad de Milagro para obtener una muestra de las necesidades que tienen los emprendedores que residen dentro de la ciudad de Milagro y establecer indicadores que contribuyan a realizar un análisis comparativo anual del progreso de quienes se encuentran inscritos en la base de datos del GAD.

La base de datos que maneja el departamento de turismo se encuentra conformado por 82 emprendedores de los cuales 59 son mujeres y 23 hombres. La encuesta fue respondida en el periodo de enero 2021 a marzo 2021 por 50 mujeres y 20 hombres pertenecientes a este grupo que se desarrolla en diferentes sectores de la economía de la ciudad entre ellos alimenticio, agro-cultivo, manufacturero, artesanal entre otros.

Se aplicó la fórmula de estimación maestra para poblaciones finitas, con un 95% de nivel de confianza y un error permisible de 5%, de acuerdo con esto se estableció que el estudio debe realizarse con 70 personas.

Para la recolección de datos se determinó un muestreo probabilístico proporcionado de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

con error del 5%

$$n = \frac{(1,96^2) \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 82}{(0,05^2)(82-1) + (1,96^2) \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = 67,72 \quad \text{encuestas necesarias para obtener un margen de error del 5\%}$$

$$N = 68$$

Como se puede observar en la fórmula se ha dividido establecido el número de encuestas con un total de 68, tomando en consideración redondear en una cantidad de 70, de esta manera podemos identificar la cantidad de acuerdo a las variables en estudio.

Procesamiento de datos

Para el procesamiento y análisis estadístico de los datos se utilizó el utilitario Microsoft Excel.

Resultados de la Investigación

Se detalla a continuación los resultados de las respuestas de los encuestados en un recuento de las alternativas seleccionadas, para posteriormente analizar los datos y de esta manera establecer las conclusiones respectivas de acuerdo a los hallazgos encontrados.

Perfil Sociodemográficos.

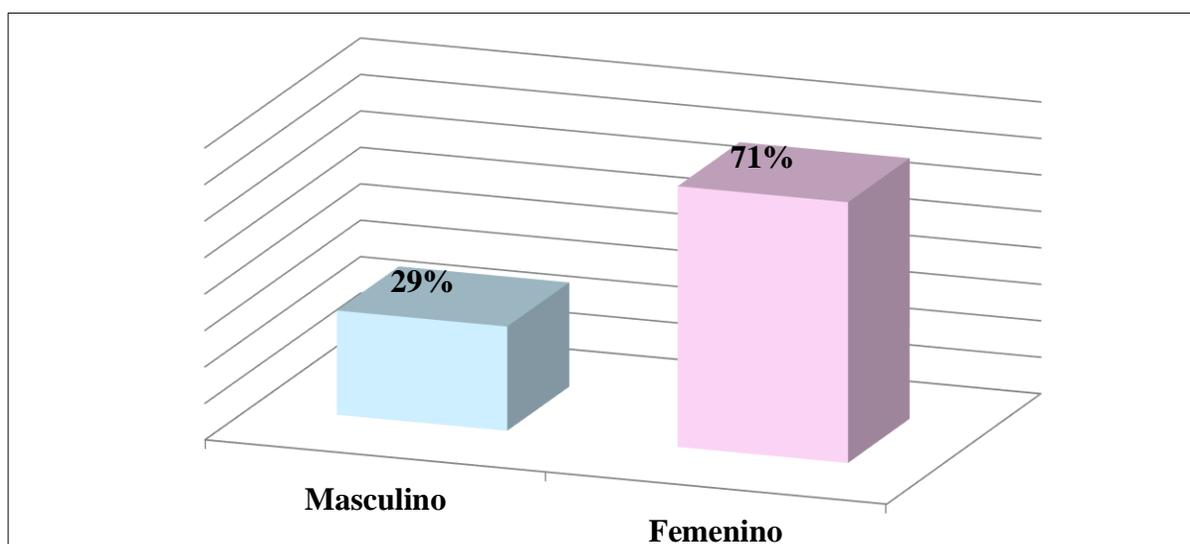
Tabla 1

Género de los participantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	20	29%
Femenino	50	71%
TOTAL	70	100%

Figura 1

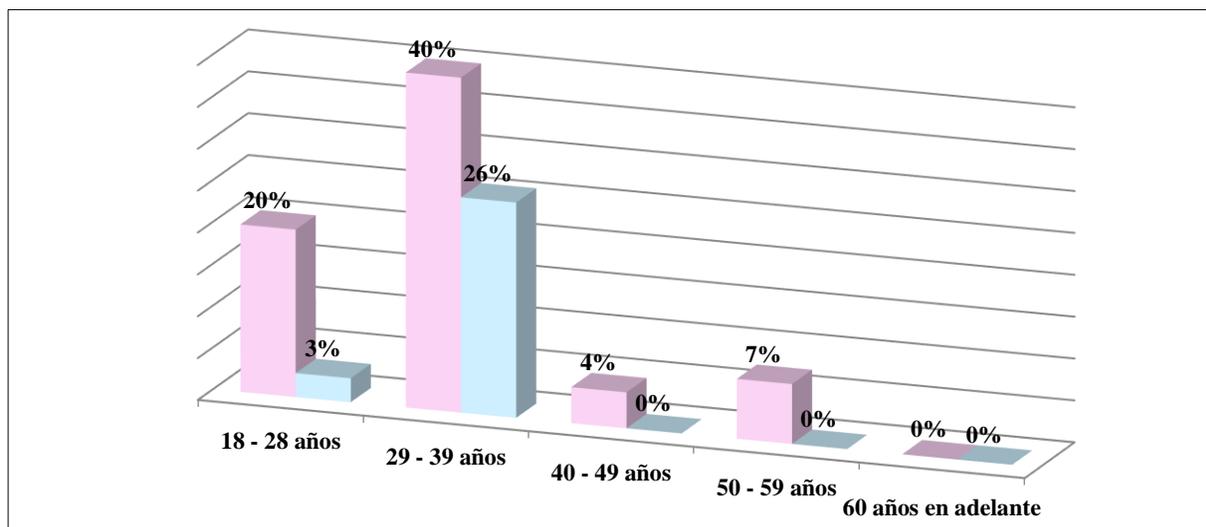
Género de los participantes



Se observó con respecto al género de los participantes, el 71% perteneció al género femenino y el 29% fue de género masculino, lo que indica que el género que tiene mayor predominio es el género femenino.

Tabla 2**Edad**

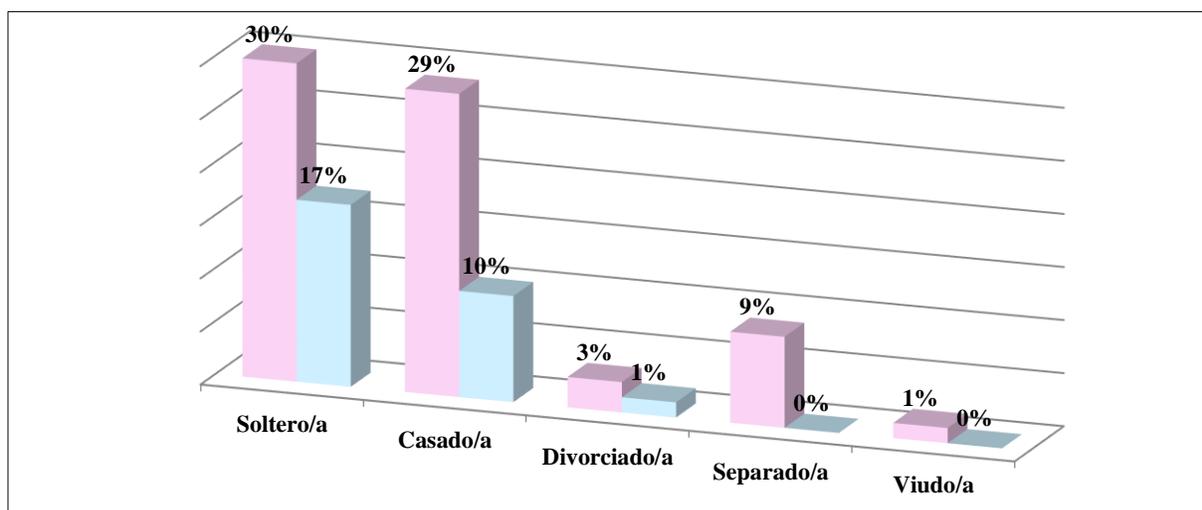
ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 - 28 años	14	20%	2	3%
29 - 39 años	28	40%	18	26%
40 - 49 años	3	4%	0	0%
50 - 59 años	5	7%	0	0%
60 años en adelante	0	0%	0	0%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 2**Edad**

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la edad de los participantes, con relación al género femenino, el 40% posee entre 29 a 39 años, el 20% posee una edad entre los 18 a 28 años, el 7% posee entre 50 a 59 años y el 4% posee una edad entre 40 a 49 años. Con relación al género masculino, el 26% pertenece a las edades entre 29 a 39 años y el 3% posee entre 18 a 28 años. Se concluye que en el género masculino y femenino existen similitudes de edades de los participantes, se encuentran entre los 29 a 39 años.

Tabla 3*Estado civil*

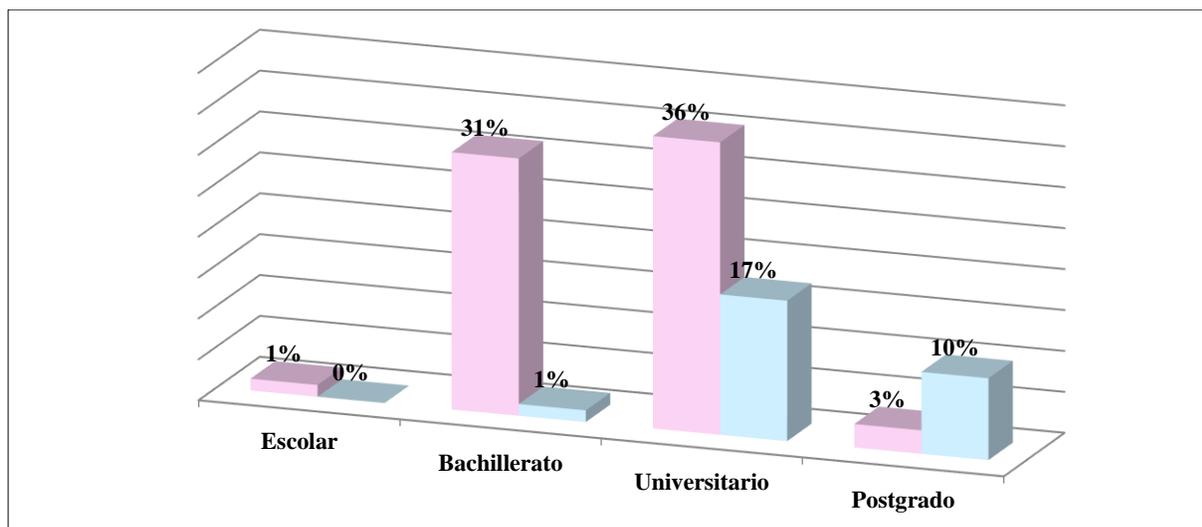
ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero/a	21	30%	12	17%
Casado/a	20	29%	7	10%
Divorciado/a	2	3%	1	1%
Separado/a	6	9%	0	0%
Viudo/a	1	1%	0	0%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 3*Estado civil*

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el estado civil, en relación al género femenino, el 30% se encuentra soltera, el 29% se encuentra casada, el 9% se encuentra separado, el 3% se encuentra divorciada y el 1% se encuentra viuda. Con relación al género masculino, el 17% se encuentra soltero, el 10% se encuentra casado y el 1% se encuentra divorciado. Se concluye que, entre los dos géneros, en las mujeres forman parte de la población las solteras y casadas mientras que en los varones la mayoría se encuentra soltero.

Tabla 4*Nivel Académico*

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Escolar	1	1%	0	0%
Bachillerato	22	31%	1	1%
Universitario	25	36%	12	17%
Postgrado	2	3%	7	10%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 4*Nivel Académico*

Se observó en el ítem de nivel académico, en el género femenino, el 36% se encuentra en un nivel universitario, el 31% se encuentra en un nivel de bachillerato, el 3% en un nivel postgrado y el 1% en un grado escolar. Con relación al género masculino, el 17% se encuentra en un nivel universitario, el 10% en un nivel de postgrado y el 1% en un nivel de bachillerato. Como conclusión el género masculino y femenino se encuentra en un nivel universitario en su mayoría.

Entorno y uso del tiempo.

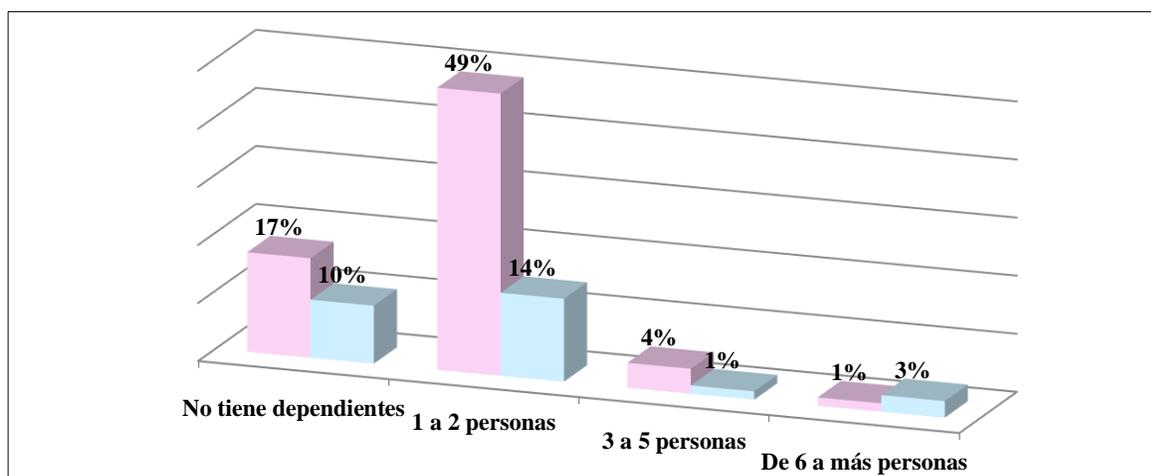
Tabla 5

Número de personas dependientes a su cargo (incluido los menores de 12 años)

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No tiene dependientes	12	17%	7	10%
1 a 2 personas	34	49%	10	14%
3 a 5 personas	3	4%	1	1%
De 6 a más personas	1	1%	2	3%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 5

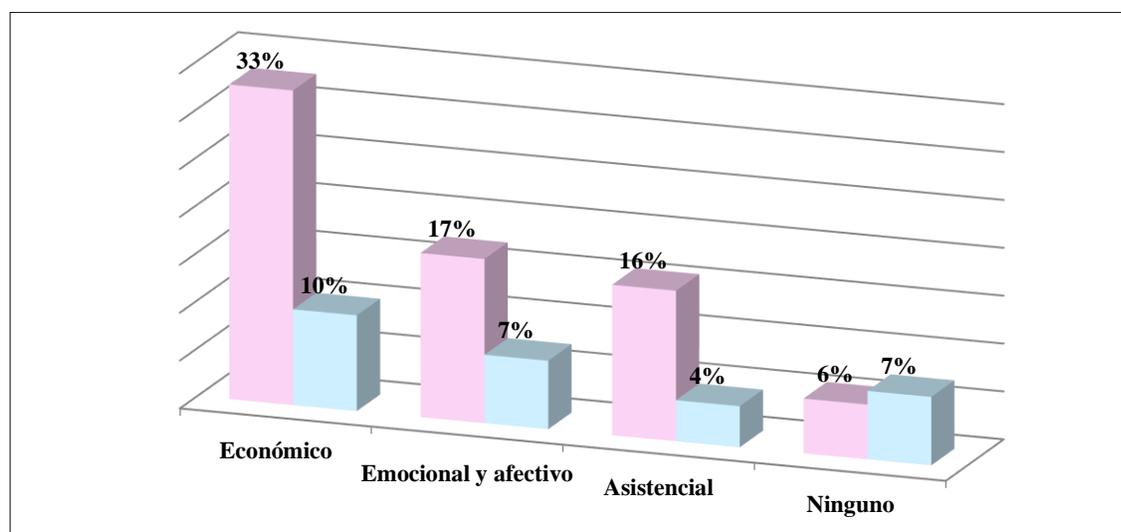
Número de personas dependientes a su cargo (incluido los menores de 12 años)



Con relación al número de personas dependientes a su cargo, el género femenino, el 49% tienen entre 1 a 2 personas, el 17% no tiene dependientes, el 4% tienen entre 3 a 5 personas y el 1% tiene más de 6 personas a su cargo. Con respecto al género masculino, el 14% tienen entre 1 a 2 personas como dependientes, el 10% no tiene dependientes y el 3% tiene de 6 a más personas a su cargo. Como conclusión, el género femenino en su mayoría tiene entre 1 a 2 personas a su cargo, coincide con la población masculina.

Tabla 6***Principal apoyo que recibe de su entorno a la hora de emprender***

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Económico	23	33%	7	10%
Emocional y afectivo	12	17%	5	7%
Asistencial	11	16%	3	4%
Ninguno	4	6%	5	7%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 6***Principal apoyo que recibe de su entorno a la hora de emprender***

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el apoyo que recibe de su entorno a la hora de emprender, con respecto al género femenino, el 33% recibe apoyo económico, el 17% recibe apoyo emocional y afectivo, el 16% recibe apoyo asistencial y el 6% no recibe ningún tipo de apoyo. Con relación al género masculino, el 10% recibe apoyo económico, el 7% coincide con el apoyo emocional y afectivo y el 4% recibe apoyo asistencial. Como conclusión, género femenino recibe apoyo económico al igual que la población del género masculino.

Situación laboral y economía.

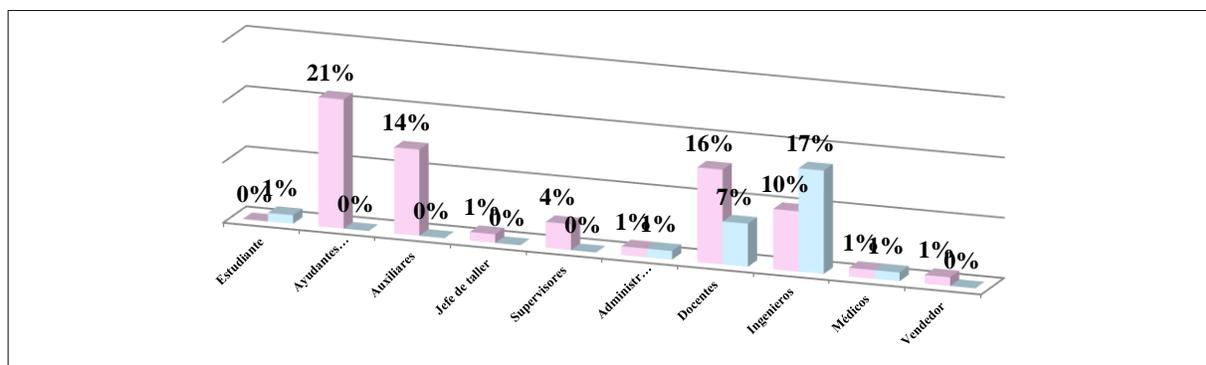
Tabla 7

Categoría profesional previa al emprendimiento

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	0	0%	1	1%
Ayudantes no titulados	15	21%	0	0%
Auxiliares	10	14%	0	0%
Jefe de taller	1	1%	0	0%
Supervisores	3	4%	0	0%
Administradores	1	1%	1	1%
Docentes	11	16%	5	7%
Ingenieros	7	10%	12	17%
Médicos	1	1%	1	1%
Vendedor	1	1%	0	0%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 7

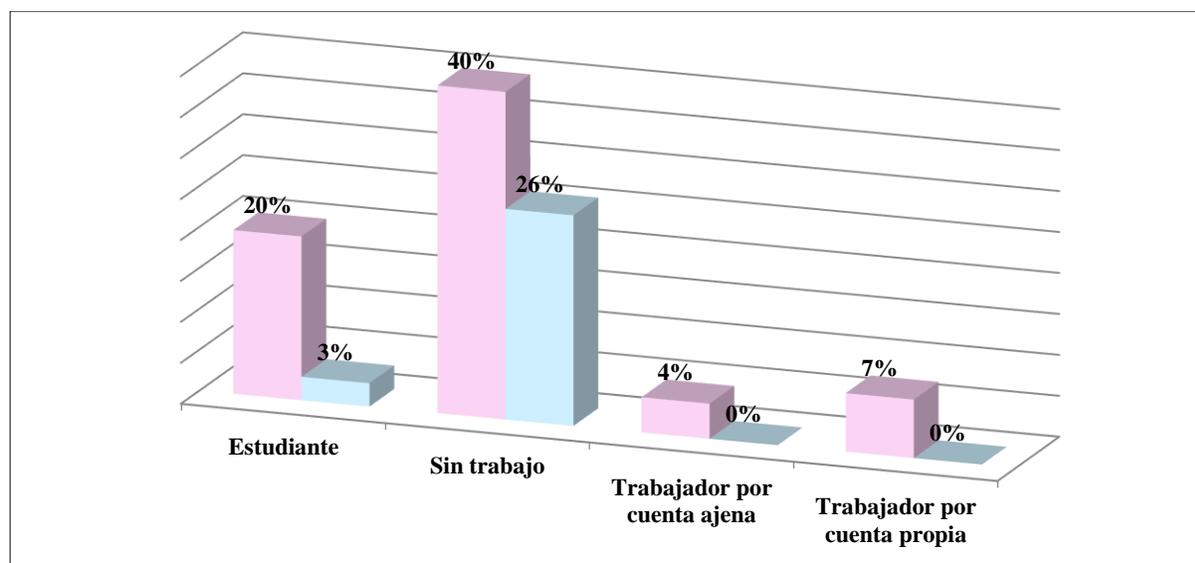
Categoría profesional previa al emprendimiento



De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la categoría profesional previa al emprendimiento, en el género femenino, el 21% se dedicaban a ser ayudantes sin titulación, el 16% eran docentes y el 14% fueron auxiliares. Mientras que, en el género masculino, el 17% se dedicaban a la ingeniería y un menor porcentaje en estudiantes, administradores y médicos. Se concluye que el género femenino en su mayoría se dedicó a ser ayudantes no titulados y en el género masculino a la práctica de ingeniería.

Tabla 8***Situación laboral previa al emprendimiento***

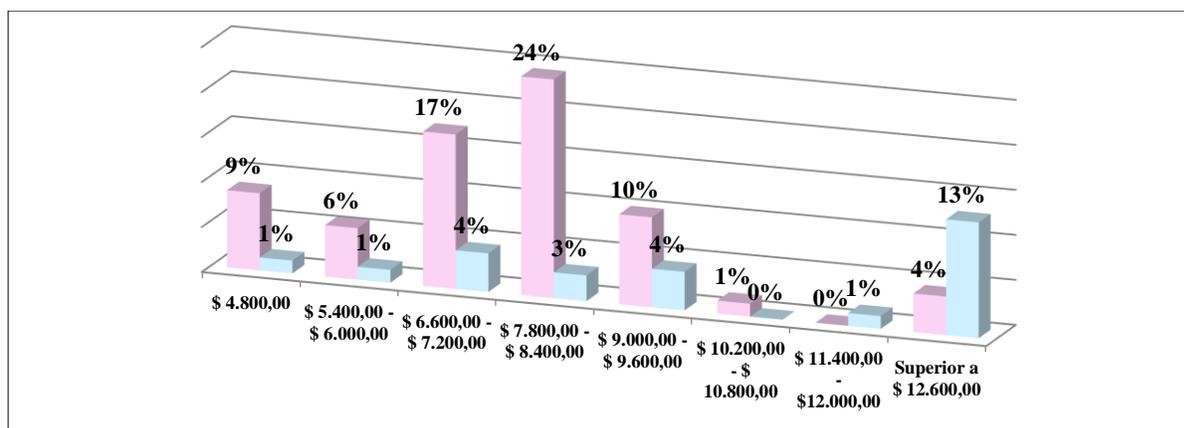
ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	14	20%	2	3%
Sin trabajo	28	40%	18	26%
Trabajador por cuenta ajena	3	4%	0	0%
Trabajador por cuenta propia	5	7%	0	0%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 8***Situación laboral previa al emprendimiento***

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la situación laboral previa al emprendimiento, el género femenino reportó, el 40% se encontraba sin trabajo, el 20% se dedicaba a estudiar, el 7% trabajaba por cuenta propia, el 4% trabaja por cuenta ajena o dependiente. Mientras que, en el género masculino, el 26% se encontraba sin trabajo, el 3% se dedicaba a estudiar. Entre los dos géneros, en su mayoría antes de emprender, se encontraban sin trabajo, situación que le obligó a crear fuentes de ingresos.

Tabla 9***Nivel de renta familiar anual previa al emprendimiento***

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 4.800,00	6	9%	1	1%
\$ 5.400,00 - \$ 6.000,00	4	6%	1	1%
\$ 6.600,00 - \$ 7.200,00	12	17%	3	4%
\$ 7.800,00 - \$ 8.400,00	17	24%	2	3%
\$ 9.000,00 - \$ 9.600,00	7	10%	3	4%
\$ 10.200,00 - \$ 10.800,00	1	1%	0	0%
\$ 11.400,00 - \$12.000,00	0	0%	1	1%
Superior a \$ 12.600,00	3	4%	9	13%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 9***Nivel de renta familiar anual previa al emprendimiento***

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el nivel de renta familiar previa al emprendimiento, el género femenino reportó que, el 24% tenía ingresos entre 7800 a 8400 de forma anual, el 17% tenía entre 6600 a 7200, el 10% tenía ingresos entre 9000 a 9600, mientras que, en el género masculino, el 13% tenían ingresos superiores a 12600 y el 4% tenían entre los 6600 a 7200. Se denota que la cantidad de ingresos de las personas del género femenino existía una diferencia con los varones, debido a que se ubicó en 7800 a 8400.

Relación con el emprendimiento.

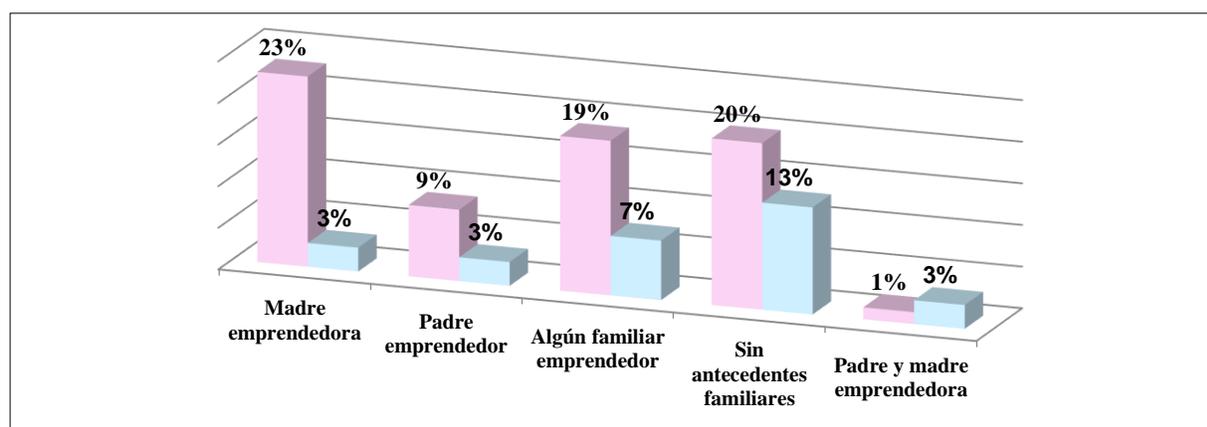
Tabla 10

Antecedentes emprendedores familiares

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Madre emprendedora	16	23%	2	3%
Padre emprendedor	6	9%	2	3%
Algún familiar emprendedor	13	19%	5	7%
Sin antecedentes familiares	14	20%	9	13%
Padre y madre emprendedora	1	1%	2	3%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 10

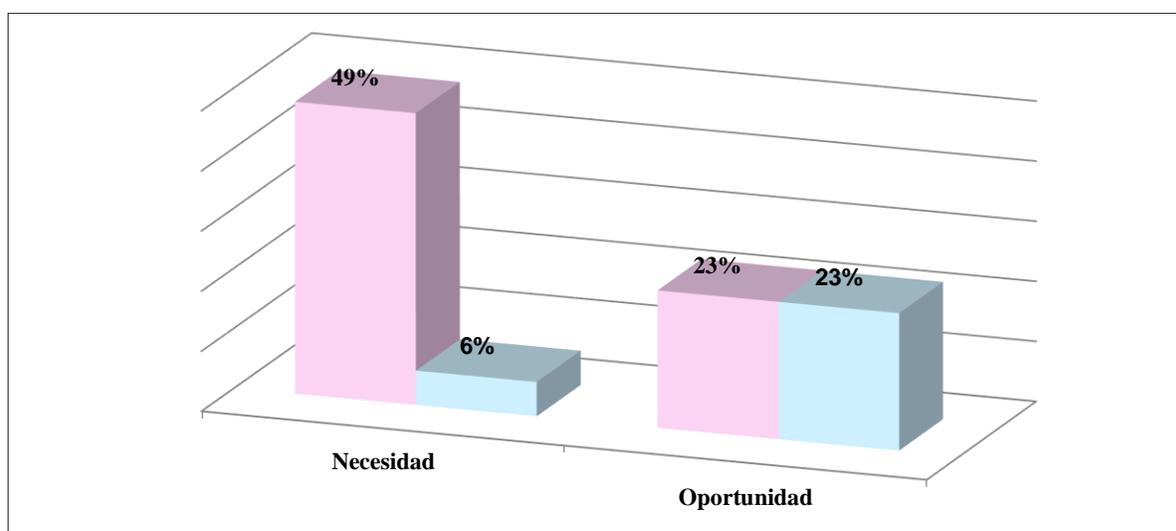
Antecedentes emprendedores familiares



De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre los antecedentes de emprendedores familiares, el género femenino reportó, el 23% proviene de madre emprendedora, el 20% indicó que no tiene antecedentes familiares de emprendimiento, el 19% indicó poseer algún familiar emprendedor. Con relación al género masculino, el 13% no tiene antecedentes familiares y el 7% si tiene algún familiar emprendedor. Se concluye que las mujeres tienen mayor probabilidad de emprender debido a sus antecedentes de familiares, con menor relación se encuentra en el género masculino.

Tabla 11***Principal motivación para emprender***

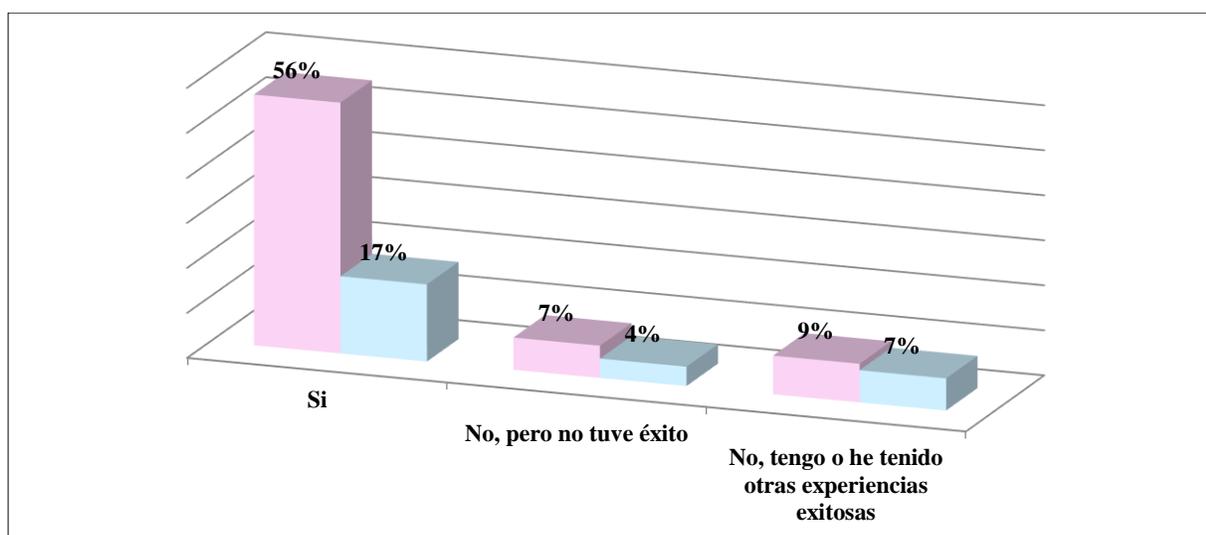
ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Necesidad	34	49%	4	6%
Oportunidad	16	23%	16	23%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 11***Principal motivación para emprender***

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la principal motivación para emprender, el género femenino reportó, el 49% lo realiza por necesidad y el 23% por nuevas oportunidades, con relación a la población masculina, el 23% lo realiza por oportunidades y el 6% por necesidades. Existe un contraste en esta interrogante, mientras que para la mayoría de mujeres emprenden por una necesidad, en la población masculina lo realiza por generar nuevas oportunidades de ingresos.

Tabla 12***Primera experiencia emprendedora***

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	39	56%	12	17%
No, pero no tuve éxito	5	7%	3	4%
No, tengo o he tenido otras experiencias exitosas	6	9%	5	7%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 12***Primera experiencia emprendedora***

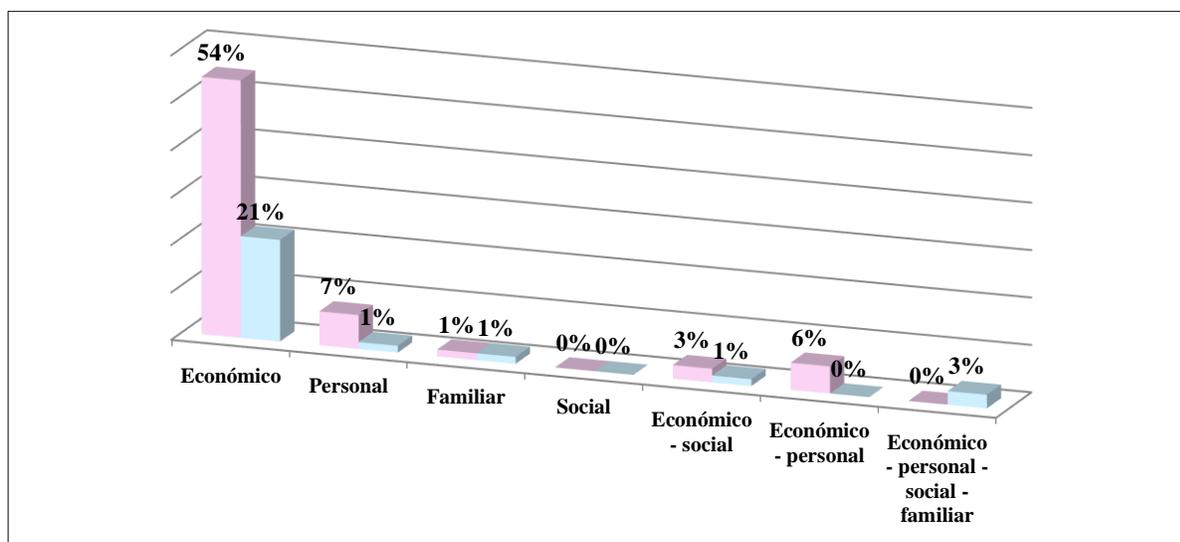
De acuerdo a las encuestas realizadas, en el género femenino, sobre si es su primera experiencia en el emprendimiento, el 56% indicó que si, el 9% expresó que no, porque ya ha tenido experiencias previas y el 7% expresó que no pero que anteriormente no tuvo éxito. Con respecto al género masculino, el 17% de los varones indica que es su primera experiencia en el emprendimiento, mientras que el 7% indica que no, pero que si ha tenido experiencias exitosas y el 4% indica que no es su primera experiencia, pero que anteriormente no tuvo éxito.

Tabla 13

Principal beneficio que espera del emprendimiento

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Económico	38	54%	15	21%
Personal	5	7%	1	1%
Familiar	1	1%	1	1%
Social	0	0%	0	0%
Económico – social	2	3%	1	1%
Económico - personal	4	6%	0	0%
Económico - personal - social - familiar	0	0%	2	3%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 13

Principal beneficio que espera del emprendimiento

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre los principales beneficios que espera del emprendimiento, el género femenino, indica el 54% que espera beneficios económicos, el 7% espera beneficios personales, mientras que, en la población masculina, el 21% también espera beneficios económicos y el 3% espera beneficios que engloben las esferas económicas, personales, social y familiar.

Sector de emprendimiento.

Tabla 14

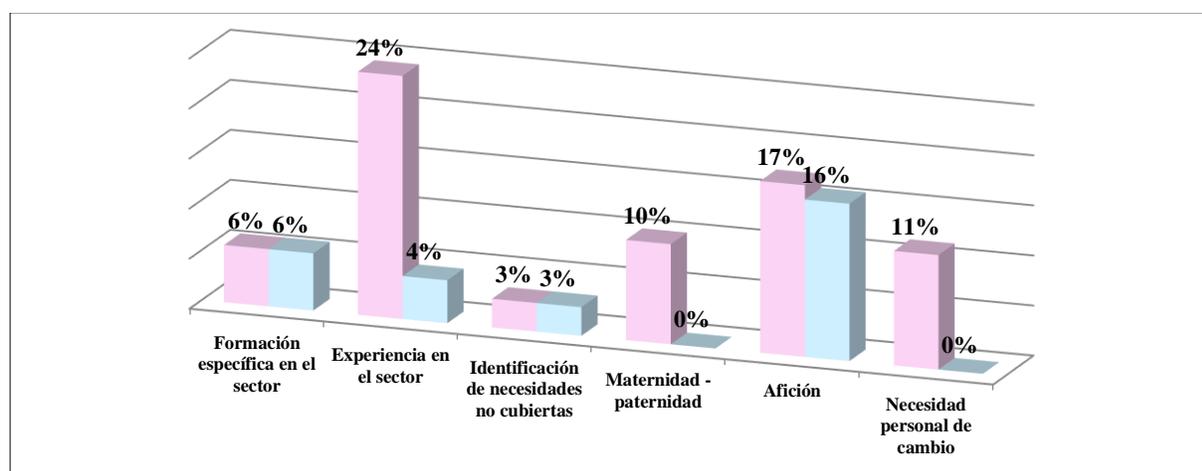
Sector que desea emprender o ya está emprendiendo

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	6	9%	8	11%
Actividades financieras y de seguros	0	0%	1	1%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	6	9%	0	0%
Actividades profesionales, científicas y teóricas	4	6%	2	3%
Industria manufacturera	2	3%	1	1%
Administración públicas y defensa; seguridad social obligatoria	1	1%	0	0%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicleta	8	11%	1	1%
Educación	0	0%	2	3%
Información y comunicaciones	0	0%	1	1%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, industria manufacturera	0	0%	1	1%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2	3%	1	1%
Actividades administrativas - entretenimiento – financieras	1	1%	0	0%
Transporte y almacenamiento	1	1%	0	0%
Otros servicios	19	27%	2	3%
TOTAL	50	71%	20	29%

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el sector que desea emprender, el género femenino indica, el 27% expresó querer emprender en otro tipo de servicio distinto al de las opciones, el 11% piensa emprender sobre el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicleta y el 9% en actividades administrativas y servicios auxiliares. En la población masculina, el 11% piensa emprender en actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento, y en menor cantidad, el 3% se subdivide en relacionadas con actividades profesionales, científicas y teóricas.

Tabla 15***Razones para elección del sector***

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Formación específica en el sector	4	6%	4	6%
Experiencia en el sector	17	24%	3	4%
Identificación de necesidades no cubiertas	2	3%	2	3%
Maternidad – paternidad	7	10%	0	0%
Afición	12	17%	11	16%
Necesidad personal de cambio	8	11%	0	0%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 14***Razones para elección del sector***

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre las razones para elegir el sector a emprender, el género femenino reportó, el 24% indica por experiencia en el sector, el 17% indicó que, por afición, el 11% por necesidad personal de cambio. Con relación al género masculino, el 16% lo realiza por afición, el 6% lo realiza por la formación específica en el sector. Se denota una diferencia de razones entre los dos géneros, mientras que para el género femenino indica que lo realiza de mayor forma por experiencia en el sector y la mayor parte de la población masculina lo realiza por afición.

Dimensión de la actividad.

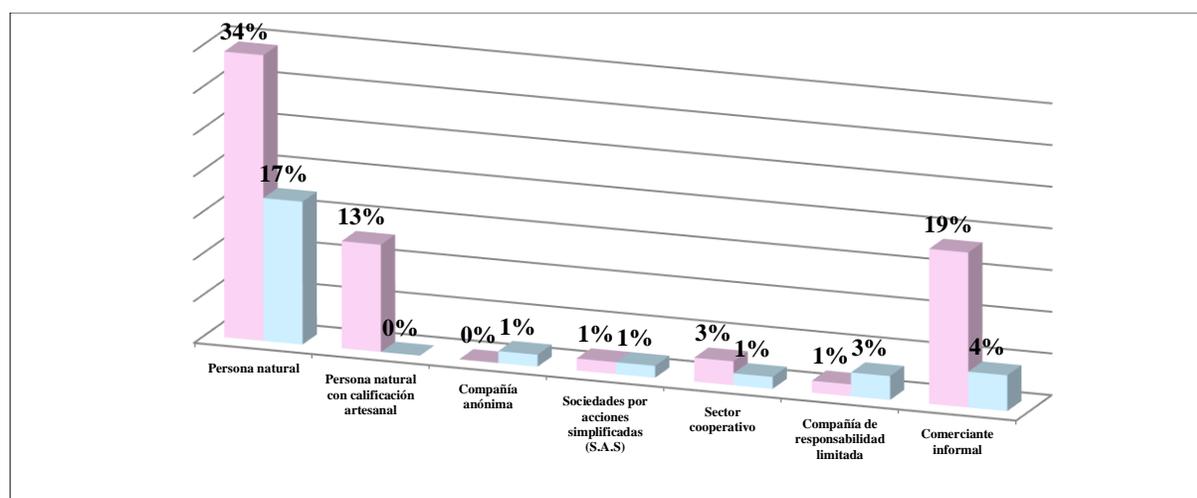
Tabla 16

Forma jurídica de la actividad

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Persona natural	24	34%	12	17%
Persona natural con calificación artesanal	9	13%	0	0%
Compañía anónima	0	0%	1	1%
Sociedades por acciones simplificadas (S.A.S)	1	1%	1	1%
Sector cooperativo	2	3%	1	1%
Compañía de responsabilidad limitada	1	1%	2	3%
Comerciante informal	13	19%	3	4%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 15

Forma jurídica de la actividad



De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la forma jurídica de la actividad, el género femenino indicó, el 34% como persona natural, el 19% como comerciante informal y el 13% como persona natural como calificación artesanal. Con respecto al género masculino, el 17%

como persona natural y el 4% como comerciante informal. Esta interrogante las dos poblaciones indican que se desarrollarían mejor como persona natural y como comerciantes informales.

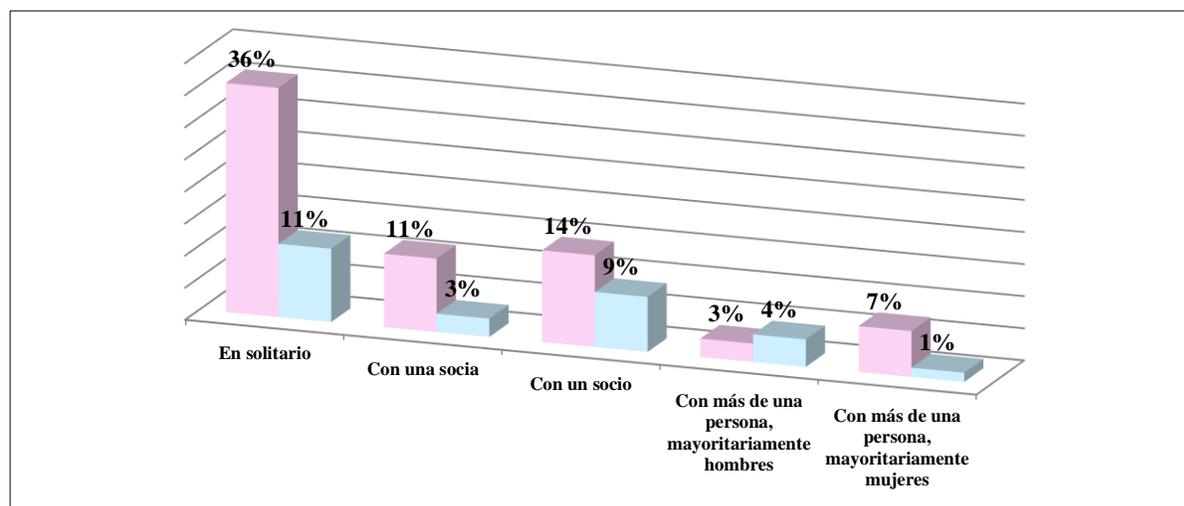
Tabla 17

Emprendimiento en solitario o con compañía

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En solitario	25	36%	8	11%
Con una socia	8	11%	2	3%
Con un socio	10	14%	6	9%
Con más de una persona, mayoritariamente hombres	2	3%	3	4%
Con más de una persona, mayoritariamente mujeres	5	7%	1	1%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 16

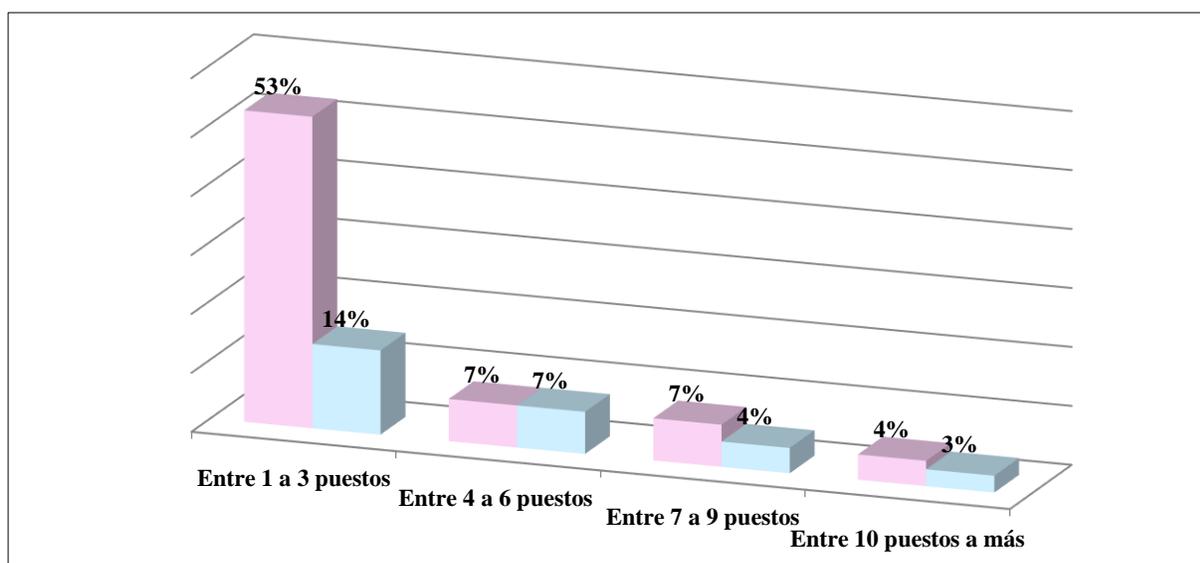
Emprendimiento en solitario o con compañía.



De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el emprendimiento en solitario o con compañía, el género femenino reporta que el 36% prefiere emprender en solitario, el 14% prefiere hacerlo con un socio, el 7% prefiere hacerlo con más de una persona mayoritariamente mujeres, mientras que, en la población del género masculino, el 11% prefiere hacerlo en solitario, el 9% prefiere hacerlo con un socio y el 4% prefiere hacerlo con más de una persona mayoritariamente hombres.

Tabla 18*Números de puestos de trabajos previstos/creados*

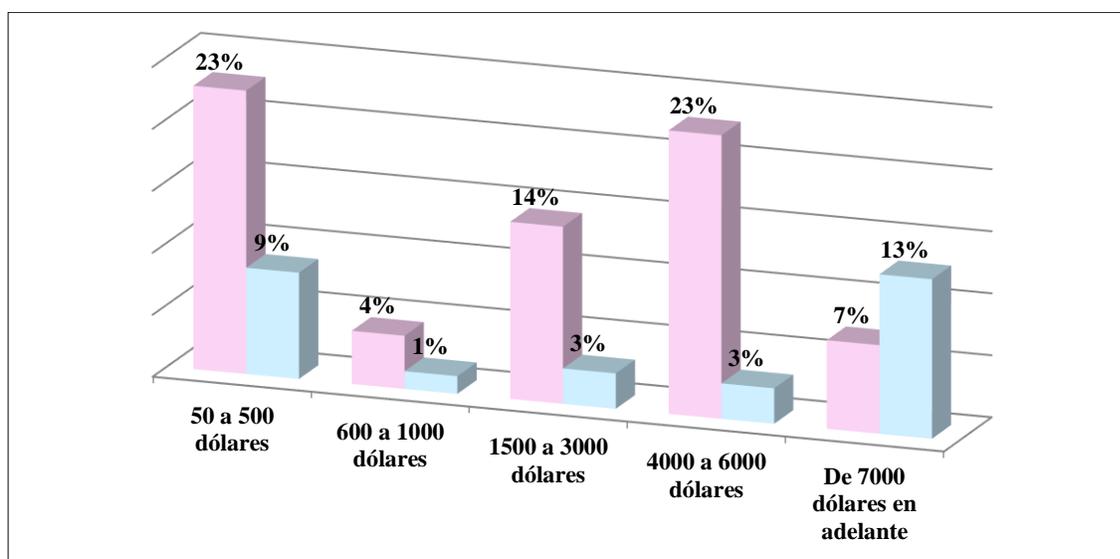
ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1 a 3 puestos	37	53%	10	14%
Entre 4 a 6 puestos	5	7%	5	7%
Entre 7 a 9 puestos	5	7%	3	4%
Entre 10 puestos a más	3	4%	2	3%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 17*Números de puestos de trabajos previstos/creados*

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el número de puestos de trabajos previstos o creados, sobre el género femenino, el 53% indica que piensa generar entre 1 a 3 puestos de trabajo, el 7% piensa generar entre 4 a 6 puestos, con relación al género masculino, el 14% piensa generar entre 1 a 3 puestos, el 7% piensa generar entre 4 a 6 puestos y el 3% piensa generar entre 10 puestos a más.

Tabla 19***Monto de inversión que realizó inicialmente***

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 a 500 dólares	16	23%	6	9%
600 a 1000 dólares	3	4%	1	1%
1500 a 3000 dólares	10	14%	2	3%
4000 a 6000 dólares	16	23%	2	3%
De 7000 dólares en adelante	5	7%	9	13%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 18***Monto de inversión que realizó inicialmente***

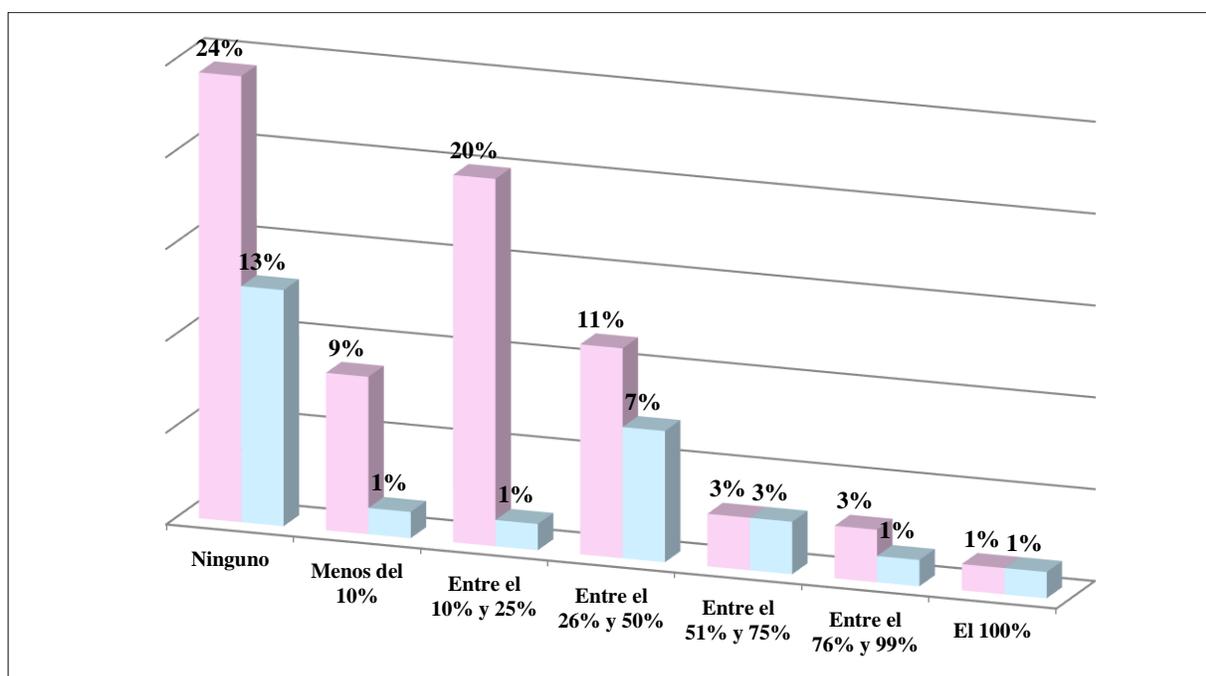
De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el monto de inversión que realizó inicialmente, el género femenino reportó, el 23% coincide entre dos montos, los que invirtieron entre 50 a 500 dólares y los 4000 a 6000 dólares, el 14% invirtieron entre 1500 a 3000 dólares, mientras que el género masculino reportó, el 13% invirtió de 7000 dólares en adelante, el 9% invirtió entre 50 a 500 dólares.

Tabla 20

Porcentaje de la inversión inicial cubierta con financiación ajena

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguno	17	24%	9	13%
Menos del 10%	6	9%	1	1%
Entre el 10% y 25%	14	20%	1	1%
Entre el 26% y 50%	8	11%	5	7%
Entre el 51% y 75%	2	3%	2	3%
Entre el 76% y 99%	2	3%	1	1%
El 100%	1	1%	1	1%
TOTAL	50	71%	20	29%

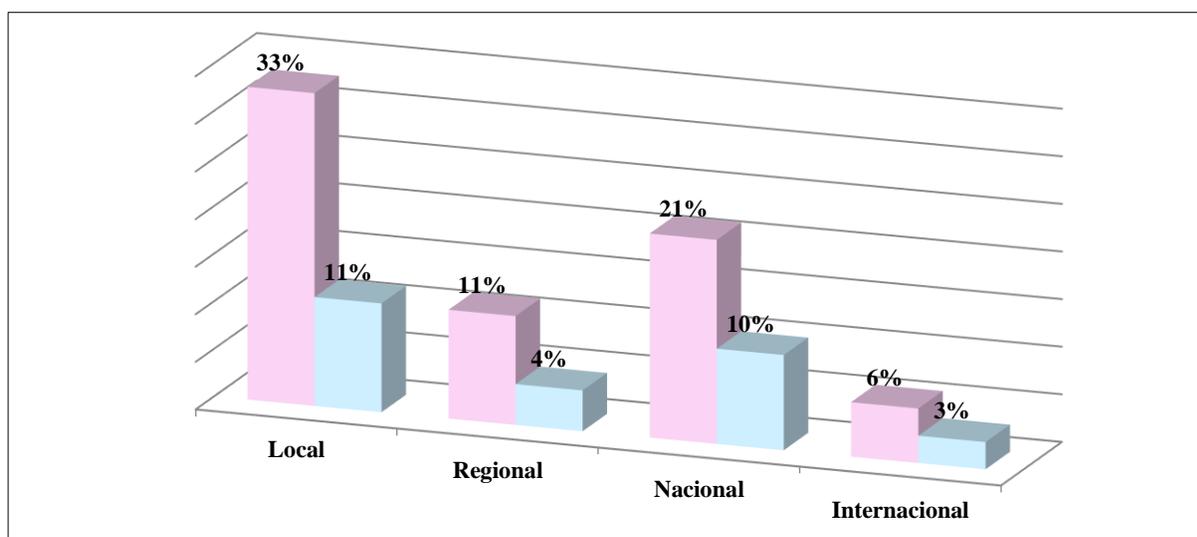
Figura 19

Porcentaje de la inversión inicial cubierta con financiación ajena

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre porcentaje de la inversión inicial cubierta con financiación ajena, el género femenino reportó, el 24% no ha recibido ninguna inversión ajena, el 20% invirtió con financiación entre el 10 al 25%, el 11% entre 26% a 50%. Con relación al género masculino, el 13% indica que ninguno, el 7% entre el 26% al 50% y el 3% recibió entre el 51% y 75%.

Tabla 21***Dimensión que espera de su actividad***

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	23	33%	8	11%
Regional	8	11%	3	4%
Nacional	15	21%	7	10%
Internacional	4	6%	2	3%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 20***Dimensión que espera de su actividad***

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la dimensión que espera de su actividad, en el género femenino, el 33% espera que su dimensión sea local, el 21% espera que su dimensión sea nacional, el 11% espera que su dimensión sea regional y el 6% espera que su dimensión sea internacional. Con relación a las personas del género masculino, el 11% espera que su dimensión sea local, el 10% espera que su dimensión sea nacional, el 4% espera que su dimensión sea regional y el 3% espera que sea internacional.

Asociacionismo y redes

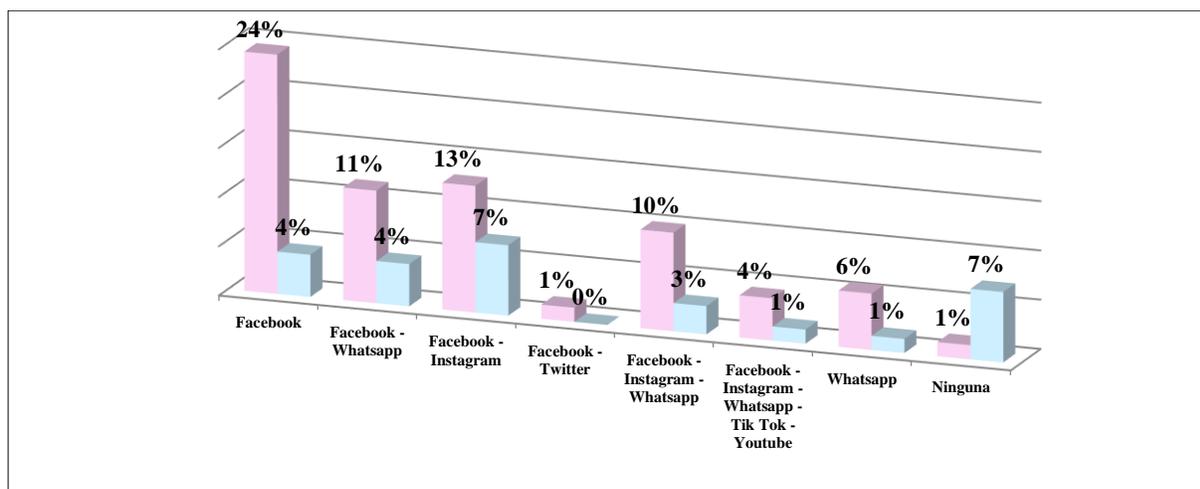
Tabla 22

Asociacionismo y redes

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	17	24%	3	4%
Facebook – Whatsapp	8	11%	3	4%
Facebook – Instagram	9	13%	5	7%
Facebook – Twitter	1	1%	0	0%
Facebook - Instagram - Whatsapp	7	10%	2	3%
Facebook - Instagram - Whatsapp - Tik Tok – Youtube	3	4%	1	1%
Whatsapp	4	6%	1	1%
Ninguna	1	1%	5	7%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 21

Asociacionismo y redes



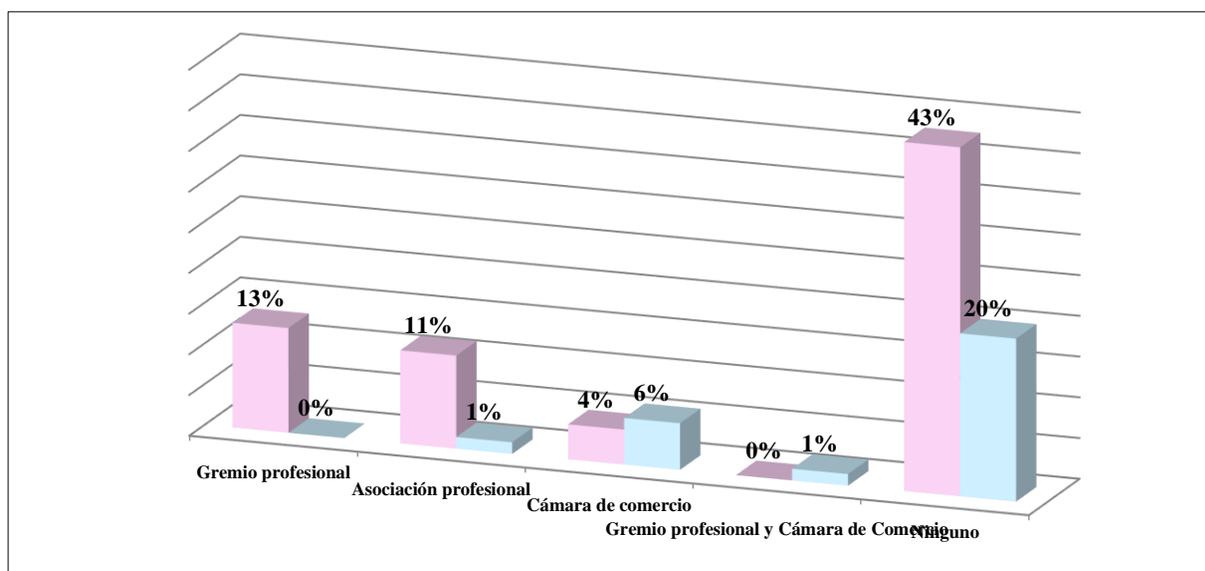
De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el asociacionismo y redes, el género femenino indica que, el 24% utiliza Facebook, el 13% indicó que utiliza Facebook e Instagram, el 11% indicó que utiliza Facebook y Whatsapp, con relación a la población masculina, el 7% indica que utiliza Facebook e Instagram, de la misma forma que hay una población similar que no utiliza ninguna red, el 4% indica que solo utiliza Facebook y una población parecida que solo utiliza Facebook y Whatsapp.

Tabla 23

Pertenencia a estamentos empresariales

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gremio profesional	9	13%	0	0%
Asociación profesional	8	11%	1	1%
Cámara de comercio	3	4%	4	6%
Gremio profesional y Cámara de Comercio	0	0%	1	1%
Ninguno	30	43%	14	20%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 22

Pertenencia a estamentos empresariales

De acuerdo a las encuestas realizadas, el género femenino, sobre la pertenencia a estamentos empresariales, el 43% no desea pertenecer a ningún tipo de entidad, el 13% desea pertenecer al gremio profesional, el 11% desea pertenecer a una asociación profesional y el 4% desea pertenecer a la Cámara de comercio, con relación al sexo masculino, el 20% no desea pertenecer a ninguna asociación, el 6% desea pertenecer a la Cámara de comercio.

Uso de la tecnología y percepción de la innovación.

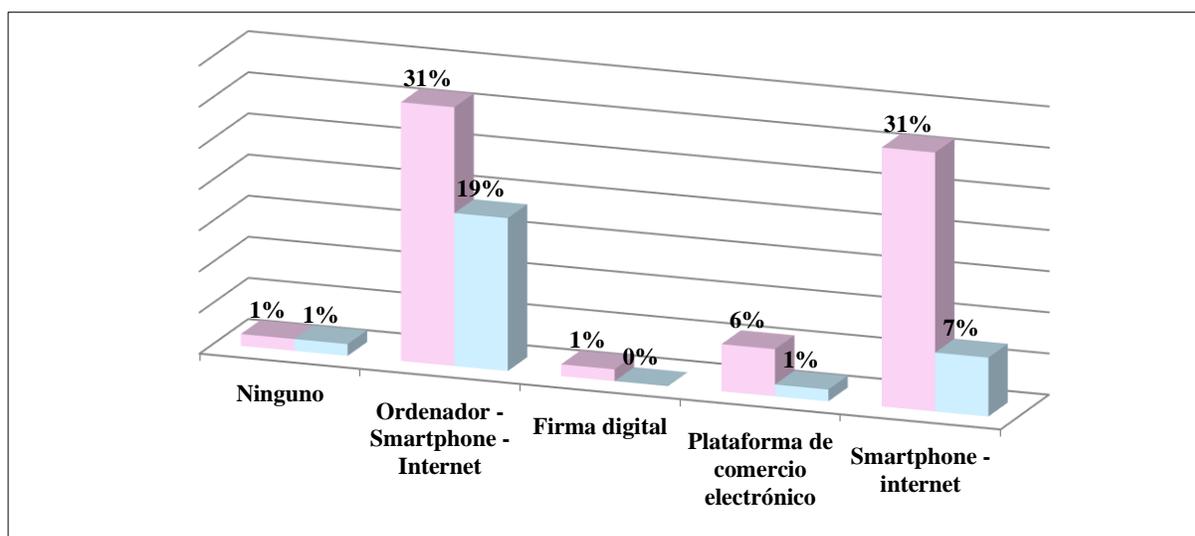
Tabla 24

Medios de trabajo utilizados habitualmente

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguno	1	1%	1	1%
Ordenador - Smartphone - Internet	22	31%	13	19%
Firma digital	1	1%	0	0%
Plataforma de comercio electrónico	4	6%	1	1%
Smartphone – internet	22	31%	5	7%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 23

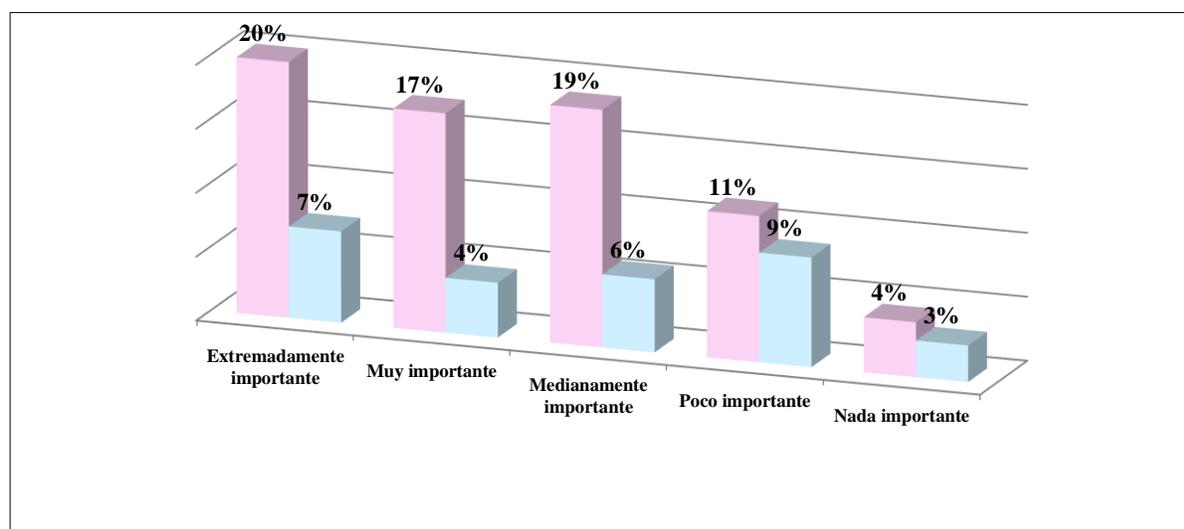
Medios de trabajo utilizados habitualmente



De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre los medios de trabajo utilizados habitualmente, el género femenino reporta, el 31% utiliza ordenador, smartphone e internet que también coincide, con el uso de los smartphones y la internet, de la misma forma en la población masculina, el 19% utiliza el ordenador, smartphone e internet.

Tabla 25*Consideraciones de la innovación para el éxito de la empresa/negocio.*

ALTERNATIVAS	MUJERES		HOMBRES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Extremadamente importante	14	20%	5	7%
Muy importante	12	17%	3	4%
Medianamente importante	13	19%	4	6%
Poco importante	8	11%	6	9%
Nada importante	3	4%	2	3%
TOTAL	50	71%	20	29%

Figura 24*Consideraciones de la innovación para el éxito de la empresa/negocio.*

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre las consideraciones de la innovación para el éxito de la empresa o negocio, el género femenino reportó, el 20% considera extremadamente importante, el 19% lo considera medianamente importante, el 17% lo considera muy importante y el 11% lo considera poco importante. En relación al género masculino, el 9% considera poco importante la innovación para el éxito de la empresa, el 7% lo considera extremadamente importante y el 6% lo considera medianamente importante.

Capítulo IV

Propuesta

En la actualidad el GAD Municipal de la ciudad de Milagro posee convenio con la Universidad de Milagro para brindar capacitaciones a las personas que posean un negocio comercial o MYPIME, pero el convenio solo involucra a la fecha la facilidad de uso de las instalaciones. También las capacitaciones brindadas no representan a los emprendimientos innovadores que necesitan de mayor acompañamiento en otras áreas y a las personas que participan actualmente de capacitaciones no se les realiza un seguimiento de su desarrollo en la economía para tener indicadores del impacto del aprendizaje recibido.

Por tanto, esta propuesta va enfocada a crear un programa para el emprendedor innovador que acompañe en la formación de una idea desde su creación hasta la puesta en marcha, sin abandonar al emprendedor tradicional y así obtener indicadores para conocer el impacto de esta formación y poder evaluar si está siendo equitativo o sostenible en el tiempo.

Estructura del Programa de Formación

Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles para alcanzar la equidad en los emprendedores registrados en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro.

A continuación, se presenta la siguiente estructura:

- Presentación
- Introducción
- Contenidos

Introducción

El Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles para alcanzar la equidad en los emprendedores registrados en el GAD Municipal de la Ciudad de Milagro, es diseñado y estructurado con una metodología teórica practica que permitirá a los participantes desarrollar conocimientos, habilidades, capacidades y destrezas a la hora de involucrarse de manera activa con el emprendimiento y la idea que se plantea trabajar tenga las bases para ser exitosa.

El manual de capacitación fue diseñado tomando como base las teorías de otros manuales ya existentes, como el manual de estrategia Ecuador emprendedor, innovador y sostenible de la Alianza para el emprendimiento e innovación (AEI).

La idea del programa de emprendimiento que se desarrolló en la investigación difiere en los siguientes aspectos en comparación a los otros;

- Se enfoca en identificar las habilidades y capacidades de los emprendedores.
- Expresar en todas las unidades dinámicas participativas para despertar el interés en emprender, relacionada con las temáticas que posteriormente intervienen en el programa.

Esta propuesta se diferencia de las demás porque está dirigido tanto para participantes que son propietarios de PYME o negocios comerciales no legalizados, y para personas que tienen una idea, pero no saben cómo desarrollarla e implementarla dentro del mercado y estos proyectos implican la construcción de conocimientos a través de capacitaciones y en ellas la generación de ideas innovadoras, las cual dependen del provecho que presente los interesados para cumplir con los objetivos del programa.

Contenidos

La presente propuesta está compuesta de cuatro unidades, en cada una se incluyen temas a desarrollar, en conjunto con los emprendedores para que obtengan conocimientos actualizados y puedan aplicar en sus modelos de negocios. Se detallan a continuación:

- ✓ Unidad 1.- Emprendimiento y su importancia.
 - Tema 1.- Creación de empresas, Ley de emprendimiento en Ecuador
 - Tema 2.- Entorno digital - i4.0 y social
 - Tema 3.- Construir Habilidades de innovación
- ✓ Unidad 2.- Perfil del emprendedor.
 - Tema 4.- Tipos de emprendedores
 - Tema 5.- Atributos del emprendedor
 - Tema 6.- Capacidad del emprendedor frente al riesgo
- ✓ Unidad 3.- Ciclo de vida del negocio.
 - Tema 7.- Modelo de negocios lienzo CANVAS
- ✓ Unidad 4.- Factores que influyen en el emprendimiento.
 - Tema 8.- Desing Thinking en los emprendimientos

Los recursos utilizados en las capacitaciones son los siguientes:

- Diapositivas
- Marcadores
- Trípticos
- Marcadores
- Folletos
- Videos

Unidad 1.- Emprendimiento y su importancia, lo que se desea comprender en esta unidad es que los participantes identifiquen sus capacidades de emprendedores para lograr en ellos despertar el espíritu de emprender.

Taller 1

Objetivo

Ayudar a la creación y formalización de nuevos servicios o productos ofrecidos por emprendedores.

Tema 1

Creación de empresas, Ley de emprendimiento en Ecuador

Para realizar un emprendimiento sea físico o virtual de manera formal los emprendedores deben tener conocimiento de los requerimientos que deben cumplir y las instituciones en las cuales deben realizar los diferentes trámites.

Ley Orgánica de emprendimiento e innovación LOEI para conocer como constituirse dentro de la normativa ecuatoriana.

- Permisos gestión y renovación
- Superintendencia de Compañías
- SENADI (registro de marca, patente nombre)
- SRI (actividad económica, ruc, declaración)
- Municipales (registro de patente, uso de suelo, permiso de funcionamiento)
- Bomberos (permiso y uso de extintores)
- ARCSA (permiso productos alimenticios, medicinales, químicos)

Taller 2

Objetivo

Conceptualizar y desarrollar caminos alternativos para la generación de ideas.

Tema 2

Entorno digital - i4.0 y social

Se busca identificar las características de innovación y construir las habilidades de innovación de los participantes del programa apegados a los objetivos de desarrollo Sostenible ODS.

Características de innovación

- ✓ **Industria i4.0**
 - Procesos Físicos
 - Procesos Virtuales
 - Productos Inteligentes

- ✓ **Social – ODS**
 - Fin de la Pobreza
 - Cero Hambre
 - Energía Asequible y no contaminante
 - Igualdad de Género
 - Industria innovación e infraestructura

Taller 3

Objetivo

Adquirir herramientas aplicables tanto a nivel personal como para cualquier ámbito de trabajo.

Tema 3

Construir Habilidades de innovación

Las Habilidades de los participantes del programa se construirán para que obtengan un dominio de la actividad mediante la revisión de la literatura con el análisis de un equipo que debe estar conformado por un panel de expertos donde se maneje el siguiente proceso.

Dominio de la Acción = Crear, Evaluar, Analizar, Aplicar, Comprender y memorizar.

Saber= Conocimientos básicos, Conocimientos Aplicados según el área disciplinar y Formación Transversal.

Saber Ser= Actitudes interpersonales o sociales (comunicación, dedicación y colaboración) y razonamiento (creatividad y proactividad)

Saber Hacer= Condición de desempeño en digitalización, automatización, monitorización en tiempo real, mayor eficiencia, Asistencia en tiempo real, control automático, Planificación predictiva y uso eficiente de los recursos.

Unidad 2.- Perfil del emprendedor en esta unidad se pone en manifiesto el perfil del emprendedor, introduciendo el producto o servicio en el mercado.

Taller 4

Objetivo

Identificar la actitud emprendedora de un individuo a través de sus rasgos característicos

Tema 4

Tipos de emprendedores

Emprendedor Tradicional

La actividad económica que realiza tiene las mismas similitudes a otros modelos de negocio, ya que estas actividades están determinadas por la experiencia del propietario. Es común

que posean tiendas físicas o locales de atención al público porque es el factor clave del posicionamiento (BID,2017).

Características:

- Productos o servicios que se diferencian poco en el mercado
- Usualmente se ubican en sectores con pocas barreras de entrada
- La visión de crecimiento se limita al territorio donde se ubican
- Emplean mano de obra con baja formación académica
- Procesos internos nulo o poco sistematizado
- Baja digitalización de las empresas
- Se encuentran ubicados en los escalafones más bajos de la formalidad
- Limitado acceso a fuentes de financiamientos tradicionales
- En promedio generan dos empleos
- Ventas promedias de \$1500
- No generan utilidades o muy bajas.

Emprendedor Innovador

Posee el potencial de pasar de micro a mediana empresa en poco tiempo, su crecimiento se encuentra por encima del promedio establecido por el sector económico.

Características:

- Cambia la forma de hacer los negocios, anticipándose al futuro.
- Genera conocimiento con propuestas de valor, innovadoras
- Modelo de negocio replicable, orientado a mercados globales
- Equipo de emprendedores con experiencia laboral-empresarial previa o formación universitaria.

- Generalmente están formalizados
- Generan 15 empleos promedio
- Tasa de crecimiento en ventas 150%
- Generan utilidades

Taller 5

Objetivo

Identificar motivaciones y competencias emprendedoras a partir de objetivos personales

Tema 5

Atributos del emprendedor

Identificación de Oportunidades

Conocer las oportunidades que ofrece la Sostenibilidad es indispensable en un entorno cada vez más globalizado e interrelacionado.

- (a) No requiere inversión.
- (b) Se tiene un mercado ya establecido.
- (c) Está claramente identificada la necesidad y el producto requerido.
- (d) Cuenta con una fuente confiable de provisión de insumos (principal materia prima).
- (e) No tiene regulaciones gubernamentales adversas.
- (f) No requiere de una gran cantidad de trabajadores.
- (g) Ganancia bruta del 100%.
- (h) La demanda es frecuente y continua.

Proactividad

La persona proactiva creará nuevas herramientas o procesos para comunicarse con el cliente, de manera fácil, ágil, concreta y constante mediante nuevas vías de interacción para obtener una mejora continua.

- (a) Aplicar la proactividad antes de que la persona se convierta en cliente.
- (b) Mejorar el diálogo con los clientes durante el proceso de compra, para anticiparse a las demandas del consumidor
- (c) Mantener la comunicación tras la adquisición del producto o servicio.

Creatividad

Mediante técnicas las personas que de manera innata no logran crear, inventar soluciones o dar un valor agregado para soluciones ya existentes, pueden ejercitarse mentalmente para lograr un nuevo producto o servicio, esto se logra mediante procesos concretos donde se va guiando el pensamiento. Así el pensamiento logra diferentes perspectivas ante un problema por medio de diferentes técnicas como:

Visión

La visión es lo que queremos ser, los recursos que se necesitarán para alcanzarla; en resumidas palabras podemos decir que son los sueños en acción

Identificar: ¿Cuáles cree que serían los obstáculos que podrían presentarse en su entorno para impedir el cumplimiento de su visión?

Decidir: ¿Cuáles son las decisiones que cree que debe tomar para cumplir satisfactoriamente su visión?

Diseñar: ¿Cuáles son las acciones que llevaría a cabo para hacer realidad su visión?

Actuar: ¿Cómo realizaría las acciones que planteó en el diseñar? ¿lo haría solo pediría el apoyo de alguien más? ¿a quién le pediría apoyo?

Taller 6

Objetivo

Analizar los riesgos que el emprendedor podría enfrentar y evite desencadenarlos

Tema 6

Capacidad del emprendedor frente al riesgo

Sentido de Riesgo

Martínez (2020) define el riesgo como el “impacto y la probabilidad de que una amenaza pueda afectar adversamente la capacidad de una organización en lograr sus estrategias y objetivos de negocio afectado por situaciones de carácter interno o externo”

- Asesorarse, de preferencia con expertos, conocedores del tema y entidades que apoyan los emprendimientos
- Establecer políticas de cartera, de pago, contables y con proveedores que permitan cumplir con las estimaciones
- Implementar políticas de inversión que garanticen la estabilidad y el continuo crecimiento de la compañía

Seguridad en los resultados

- La experimentación es la mejor manera para obtener información sobre lo que puede funcionar, realizar un experimento otorga los datos necesarios para poder avanzar con la idea de negocio
- Determinar las fortalezas y debilidades con las cuales se va a competir

Confianza

- Iniciar con la creación de redes de contacto que permitirán obtener un mayor entendimiento del tema

- Hacer vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva

Unidad 3.- Ciclo de vida del negocio en esta unidad se manifiesta concepto claves para la organización de la idea de negocio con el fin de cada uno de los miembros de empresa forme parte del éxito de la misma, cabe recalcar que se debe forma definitivamente en esta parte de la unidad el equipo emprendedor.

Taller 7

Objetivo

Realizar el modelo de negocio que permita una lectura rápida del servicio o producto que se ofrece.

Tema 7

Modelo de negocios lienzo CANVAS

Pueden comprender la importancia de definir un modelo de negocio previo a la implementación de un proyecto de emprendimiento, ya que permitirá generar las líneas de acción y estrategias del mismo el lado derecho del lienzo se encarga de plasmar los elementos relacionados a las emociones y a lo que le da valor a la idea de negocio. Mientras que el lado izquierdo, refleja los elementos relacionados a la lógica y la eficiencia.

Clase 1

Figura 1.

Lienzo CANVAS



Nota. Tomado de Osterwalder (1999).

Clase 2

Figura 2.

Modelo de negocio con lienzo Lean Canvas



Nota. Tomado de Maurya (2010).

Unidad 4.- Factores que influyen en el emprendimiento tiene como finalidad llevar a cabo el proceso de emprendimiento innovador que escogió para introducir al mercado.

Taller 8

Objetivo

Enseñar a escuchar y estudiar al consumidor para generar una propuesta de valor diferencial

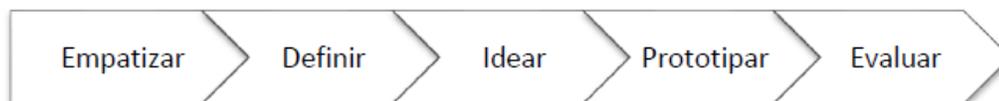
Tema 8

Desing Thinking en los emprendimientos

La Escuela de diseño de la Universidad de Stanford (Stanford d.school, 2010) propuso una serie de pasos:

Figura 3.

Modelo Desing Thinking.



Nota. Tomado Stanford University (2010)

Un proceso iterativo como marco de referencia, que normalmente se representa como una secuencia de actividades que pueden ser interpretadas como lineal: empatizar (recopilación datos de los usuarios), definir (resumen de los datos para comprender el problema), idear (sugerencia de ideas para resolver el problema), prototipar (desarrollo de representaciones tangibles y experimentales de las ideas) y testear (con usuarios potenciales).

Las premisas del modelo design thinking fundamentan su relevancia para dar respuesta a las competencias del curso. Stanford of.school (2010) las describe así:

- *Show don't tell* (**hazlo realidad, no lo digas**): Comunica tu visión de una forma impactante y significativa por medio de experiencias, usando imágenes y contando buenas historias.
- *Focus on human values* (**enfócate en valores humanos**): Empatiza con tus clientes y solicita siempre su feedback.
- *Craft clarity* (**Claridad**): Produce una imagen clara de los problemas que enfrentan en el diseño, de tal manera que inspires nuevas ideas.
- *Embrace experimentation* (**Experimentación**): El prototipado no es solamente una manera de validar tu idea, es parte integral del proceso de innovación. Construimos para pensar y aprender.
- *Be mindful of process* (**Se consciente del proceso**): Toma en cuenta en que parte del proceso estás, qué métodos vas a usar en cada etapa y cuáles son tus objetivos.
- *Bias toward action* (**Llama a la acción**): No se trata de solo pensar, sino de hacer lo que pensamos.
- *Radical Collaboration* (**Colaboración radical**): Tener un equipo multidisciplinario y con diferentes puntos de vista es muy relevante. Comparte lo que vayas aprendiendo.

Recursos

Detalle de los recursos que se necesitarán para cada taller y sus costos aproximados

Tabla 26.

Costo aproximado de los Recursos para el programa.

DETALLE	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL
Coordinador	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 795,00
Formador	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 600,00
Subtotal Recursos Humanos	\$ 359,00	\$ 518,00	\$ 518,00	\$ 1.395,00
Computadora portátil	\$ 750,00			\$ 750,00
Impresora tinta continua multifunción	\$ 250,00			\$ 250,00
Subtotal Equipos	\$ 1.000,00			\$ 1.000,00
Copias material encuestas		\$ 40,00		\$ 40,00
Resma papel bond	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 12,00
Suministros de oficina	\$ 20,00			\$ 20,00
Tinta para impresora	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 60,00
Subtotal Materiales	\$ 44,00	\$ 64,00	\$ 24,00	\$ 132,00
Pago 5 encuestadores		\$ 60,00		\$ 60,00
Publicación	\$ 167,00	\$ 167,00	\$ 166,00	\$ 500,00
Subtotal Logística y Servicios	\$ 167,00	\$ 227,00	\$ 166,00	\$ 560,00
Total	\$ 1.570,00	\$ 809,00	\$ 708,00	\$ 3.087,00

Estos recursos serán utilizados en los talleres y según calendario se desarrollarán de la siguiente manera:

Tabla 27

Cronograma

ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN		
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
<i>Unidad 1</i>			
<i>Unidad 2</i>			
<i>Unidad 3</i>			
<i>Unidad 4</i>			

Conclusiones

El emprendimiento es un proceso que inicia como un sueño o idea y resulta en servicios o productos con valor que facilitan la vida humana, esto en la medida que cambian las áreas tecnológicas, económicas, sociales, legales y políticas de las empresas.

Por tanto, siguiendo con los objetivos propuestos en la presente investigación:

La literatura da las bases teóricas de que el emprendedor con innovación tiene mayor facilidad para crecer a diferencia de un emprendedor tradicional, como designa en la actualidad la literatura para denominar a las personas que siempre han tenido un comercio o pertenecen al sector de los microempresarios. En la actualidad se están aunando los esfuerzos para que el emprendimiento innovador sea priorizado a nivel nacional.

En cuanto a la equidad de género según la información recaudada demuestra que si bien la mujer ha logrado abrirse camino en el sector empresarial aún el porcentaje es muy bajo en comparación al porcentaje de hombres que se benefician en diferentes campos de estudio y desarrollo de proyectos con mayor impacto dentro de la economía, por la posibilidad de obtener mejores recursos y potencializar sus capacidades, muy al contrario de la mujer que en ciertos países no pueden todavía acceder a educación menos tienen fiabilidad crediticia.

Se evidencia el papel fundamental que tiene el estudio que realiza el GEM, mediante los indicadores establecidos por el Global Entrepreneurship Monitor Ecuador ha podido generar estrategias que beneficien el proceso emprendedor y detectar que los hombres tienen un porcentaje más alto en emprendimiento que las mujeres y que quienes emprenden en territorio nacional lo hacen más por necesidad que por oportunidad, por tal motivo estos emprendimientos no son sostenibles en el tiempo porque se lo canaliza para autoempleo.

El estudio del GEM asegura la concientización en el país de la necesidad de crear instituciones dedicadas al acompañamiento del emprendedor ecuatoriano, por lo cual en la actualidad el país posee varias instituciones o proyectos dedicados a asesorar o acompañar a los emprendedores, pero existen dos que poseen un valor agregado por contar con un programa completo para este segmento del mercado como son EPICO y AEI.

Mediante la metodología descriptiva no experimental, aplicada a los emprendedores registrados en el GAD Municipal de la ciudad de Milagro y teniendo como base el cuestionario INCYDE (2011), se evidenció que de los emprendimientos existentes el 55% son creados por necesidad y el 45% cree que por oportunidad; Que el 43% recibió apoyo económico del entorno familiar a la hora de emprender, también se evidencia que la edad promedio para emprender tanto para hombres y mujeres esta entre 29 y 39 años representando el 66% de los emprendedores.

Existe un mayor número de mujeres emprendedoras a comparación de los emprendimientos creados por hombres, dado que las mujeres representan el 71% de la muestra y los hombres el 29%, pero los hombres poseen un nivel educativo más elevado que las mujeres, por tanto, logran crear emprendimientos por oportunidad y formalizados, aventajando así a las mujeres emprendedoras.

Luego de los resultados obtenidos, se evidencia la necesidad de un programa de formación que contribuya a generar emprendimientos con valor agregado para la ciudad, dado que en la actualidad la mayoría de los emprendedores no generan emprendimientos con innovación y sostenibles, como se evidencia fueron creados por necesidad sin generar el impacto esperado en la economía de la ciudad.

El programa de formación tendrá la duración de tres meses con un costo de tres mil ochenta y siete (\$3087), que podrá ser impartido en las instalaciones de la Universidad Estatal de Milagro o en el DIS (Departamento de Inclusión Social).

Recomendaciones

Se propone definir dentro de la ciudad a que actividad se le denominará emprendimiento y así designar correctamente que personas son emprendedoras, sin dejar de apoyar a los negocios ya existente y que deben reestructurarse para el correcto desarrollo de la ciudad.

También alinear la oferta de las carreras educativa que ofertan las universidades y la investigación a las necesidades que tiene la ciudad y el país, para poder tener personas que puedan crear y ofrecer nuevos productos y servicios que brinden solución a las necesidades de la Ciudad en cuanto a turismo, agricultura, servicios, aseo urbanístico, ciudades inteligentes entre otros.

Para poder mejorar la competitividad de los emprendedores de la ciudad de Milagro, se debe mejorar procesos para que este encadenado o unificado el permiso de uso de suelo y obtención de patente en el GAD Municipal y permiso de bomberos. Por ejemplo, el cambio de representante cuando se realiza en el SRI inmediatamente salta la novedad en el IEISS o viceversa.

A su vez, crear una página web amigable de información donde se indique los requisitos y se pueda gestionar estos trámites. Mejorar y habilitar la aplicación que posee el GAD Municipal dado que no se le está sacando provecho.

Se considera importante coordinar y gestionar un modelo o modelos de logística colaborativa que permitan disminuir costos para los emprendedores.

A su vez, atraer inversión extranjera especialmente para los emprendimientos que pueden surgir en el sector de transformación de los productos agrícolas, turísticos, servicios, construcción.

Se debe visibilizar la oferta de valor de los emprendimientos participantes del programa a través de plataformas comerciales que posicionen a la ciudad como referente nacional.

De acuerdo al desarrollo del programa de capacitación, fijar indicadores de evaluación para conocer cómo se va desarrollando el emprendimiento en la ciudad para medir y evaluar el alcance de los emprendedores y emprendimientos que se inscriban al programa como lo hace la cámara de España de donde se obtuvo el formulario de encuesta para este trabajo. El seguimiento a la base de emprendedores que se comienza a establecer es importante para corroborar el impacto del programa.

Además, establecer fechas concretas para cada inicio del programa con las personas que se definirán como emprendedoras y las asesorías correspondientes. Así la ciudadanía tendrá conocimiento con antelación y podrá beneficiarse del mismo.

También recordar que debe apoyarse a los microempresarios existentes, estos necesitan asesorías en temas puntuales que son la mayoría de las personas que pertenecen a la base de datos actual que maneja el GAD.

Se recomienda el programa que tendrá como beneficio invertir los recursos destinados a este sector de manera eficiente otorgándoles a los emprendedores las herramientas necesarias y actuales con los cuales lograrán crear y plasmar ideas innovadoras que resultan en emprendimientos sostenibles que brindan servicios y productos a necesidades no resueltas, unificar los esfuerzos formará al ecosistema que necesitan los emprendimientos en la ciudad dando como resultado un impacto favorable a la economía de la ciudad.

Referencias

- AEI. 2021. Estrategia Ecuador Emprendedor, Innovador y Sostenible 2030
- Abanades Martínez, M. (2016). El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial. *Estudios de economía y Empresa*, 5. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/54767/5/mabanadesTFG0616memoria.pdf>
- Adams, Bob. 2016. “How to Create an Income Statement for Your Small Business.” BusinessTown, LLC Web Page. Retrieved February 16, 2021 (<https://businesstown.com/articles/how-to-create-an-income-statement-for-your-small-business/>).
- Aguirre, Juan. 2018. “Emprendimiento En América Latina. Espejismo o Realidad.” Revista de La Universidad Internacional Del Ecuador. 3:94–109.
- Alarcón, I. (11 de Noviembre de 2021). La mujer accede a menos créditos para emprender . *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/mujeres-creditos-emprendimientos-ecuador-obstaculos.html>
- Alcaraz, Rafael. 2017. El Emprendedor de Éxito. Vol. 5.
- Allen, Heather. 2019. “Elevator Pitch Resource Guide.”
- Alviz, Mercedes, German Rubio Guerrero, and Laura Lopez Posada. 2017. Emprendimiento y Creatividad: Aspectos Esenciales Para Crear Empresa.
- American Express. 2019. “Informe Sobre El Estado de Las Empresas Propiedad de Mujeres.” American Express by Ventureneer 1–24.

- Amiri, S., and J. Woodside. 2017. "Emerging Markets: The Impact of ICT on the Economy and Society." *Digital Policy, Regulation and Governance* 383–96.
- Aparicio, Sebastian, David Urbano, David Audretsch, and Maria Noguera. 2019. "Emprendimiento Femenino y Masculino Durante La Crisis Económica: Una Historia Institucional de Los Países Europeos." *Revista de Economía Mundial* 2019(52):47–64.
- Aquino Reyes, R. G., & Castaño Vargas, A. J. (2019). El emprendimiento femenino y su incidencia en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administración).
- Arosemena, Pablo. 2019. "El Empleo Necesita Una Reforma Que Lo Levante." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Auerswald, Philip E. 2015. "Enabling Entrepreneurial Ecosystems: Insights from Ecology to Inform Effective Entrepreneurship Policy." *SSRN Electronic Journal* (October):67.
- Avella, Carlos, and David Melo. 2019. "La Metodología Lean Startup Colacionada En Ecosistemas de Emprendimiento de La Ciudad de Bogotá."
- Babson College. 2019. "Informe de Mujeres Del Global Entrepreneurship Monitor." *Cision Communication Cloud*. Retrieved February 13, 2021 (<https://www.prnewswire.com/news-releases/more-than-250m-women-worldwide-are-entrepreneurs-according-to-the-global-entrepreneurship-monitor-womens-report-from-babson-college-and-smith-college-300960196.html>).
- Bastian, Bettina Lynda, Beverly Dawn Metcalfe, and Mohammad Reza Zali. 2019. "Gender Inequality: Entrepreneurship Development in the MENA Region." *Sustainability (Switzerland)* 11(22):1–26.
- Bauer, Susanne; Finnegan, Gerry y Haspels, Nelien. 2011. *Género y Emprendimiento. Guía de Formación Para Mujeres Empresarias*.
- Betancourt, P., M. Moreno, and J. Alexander. 2015. "Plan de Negocio Para El

- Fortalecimiento Empresarial de La Empresa.” 23.
- Blanco, T., and J. Herrera. 2017. “Nuevas Tendencias Encomunicación Estratégica.” ESIC Editorial 12–35.
- Border, J., and E. J. Houpt. 2017. Mercado Financiero Para Principiantes. AP Publishing.
- Briascos, I. 2016. El Desafío de Emprender En El Siglo XXI: Herramientas Para Desarrollar La Competencia Emprendedora. Narcea Ediciones.
- Bricio, Karina, José Calle, and Mario Zambrano. 2018. “El Marketing Digital Como Herramienta En El desempeño Laboral En El Entorno Ecuatoriano: Estudio de Caso Egresados de La Universidad de Guayaquil.” Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos 10(4):1–7.
- Briseño-García, O., Briseño-García, A. y López-Lira, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. Innovaciones de negocios, 13(25).
- Cabo Salvador, J., & Guerra Lopez, A. (2014). Criterios del modelo europeo de calidad total y excelencia de la EFQM. Ediciones Díaz de Santos.
- Carlen, Joe, and Barbara Weltman. 2017. Breve Historia Del Emprendimiento.
- Carrigan, Matt. 2019. “Cash Flow Management for Entrepreneurs: The Ultimate Guide.” National Business Capital & Services, Inc. Retrieved February 16, 2021 (<https://www.national.biz/ultimate-cash-flow-management-guide-entrepreneurs/>).
- Chávez, María, Byron Eraso, and José Fernández. 2018. “Mujeres Emprendedoras y El Contexto Social Ecuatoriano.” Visión Empresarial 61.
- Chowra, Katarina. 2019. “Manual Sustainable Innovation Canvas.” Maplebloom. Retrieved February 16, 2021 (<https://maplebloom.com/manual-sustainable-innovation-canvas/>).
- Club Excelencia en Gestión. 2020. “MODELO EFQM (Versión 2020) Preguntas Frecuentes.” (versión):1–9.

- Corone, Andrés, and Manuel Ortega. 2019. "Perspectivas Del Emprendimiento En El Ecuador, Sus Dificultades y La Informalidad." *Yachana, Revista Científica* 8(3):1–11.
- Correa, M. E., R. Abramovay, S. Gatica, and B. Van Hoof. 2020. *Nuevas Empresas, Nuevas Economías: Las Empresas B En Sur América*. Yopublico.
- Cousins, John. 2018. "The Tools and Techniques of LPS of Manufacturing."
- Delai, Josefa. 2019. "Factores Clave En La Intención de Empezar de Los Estudiantes Universitarios. El Papel Moderador Del Entorno."
- Dudin, M. (2015). *Business Model Canvas as a Basis for the Competitive Advantage of Enterprise structures in the Industrial Agriculture*. *Biosciences Biotechnology Research Asia*. doi:10.13005/bbra/1736
- El Telégrafo. 2019. "Ecuador, Un País de Emprendimiento." Retrieved February 13, 2021 (<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/editoriales/1/ecuador-emprendimiento-guayaquil>).
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., Heavlow, R., & Global Entrepreneurship Research Association. (2019). *Women's Entrepreneurship Report 2018/2019*.
- Escuela de Negocios-ESPOL. 2019. "En Ecuador En El 2019, Empezaron Alrededor de 3.6 Millones de Habitantes." Escuela de Negocios-ESPOL. Retrieved February 13, 2021 (<https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/>).
- ESPAE-ESPOL. 2018. "Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017." Espae 80.
- Estolano Cristerna, Damayanti, Mape Berumen Calderón, Ismael Castillo Ortiz, and Jorge Luis Mendoza Lara. 2013. "El Escenario de Competencia de La Industria Gastronómica de Cancún Basado En Las Cinco Fuerzas de Porter." *El Periplo Sustentable* (24):67–97.
- European Foundation for Quality Management. 2013. "EFQM Model - EFQM."
- Eze, John. 2012. "Creación de Capacidad Para La Educación Empresarial: El Desafío Para

- Las Naciones En Desarrollo.” American Journal of Business Education (AJBE) 5.
- Figueroa, Luis. 2009. “Las Finanzas Personales.” *Revista Escuela de Administración de Negocios* 65:123–44.
- Financial Models. 2016. “Financial Spreadsheet - a Key Tool for Entrepreneurs.” EFinancialModels. Retrieved February 16, 2021 (<https://www.efinancialmodels.com/2016/12/28/financial-spreadsheet-a-key-tool-for-entrepreneurs/>).
- Franck, C. 2017. “Starting on the Right Track with the Innovation Canvas - Digital Evolution.” TemplatePocket. Retrieved February 16, 2021 (<https://debane.org/franck/right-track-innovation-canvas/>).
- Freire, Andy. 2017. *Emprender Con Impacto*. Vol. 1.
- Godoy Ramos, C. G., Rodríguez Careaga, M., Santos Caullán, A., Tapia Méndez, N., Villablanca Zaraff, G., Villarreal Díaz, G., & Zúñiga Vergara, S. (2018). Género y emprendimiento. Análisis crítico en torno a la subjetividad de emprendedores y emprendedoras de la Región Metropolitana, Chile. *Antropología Experimental*, 231-247. doi:10.17561/rae.v0i18.3523
- Guillén Navarro, Nicolás. 2018. “El Elevator Pitch Como Herramienta de Mejora de Las Capacidades Comunicativas y Emprendedoras de Los Estudiantes Del Grado de Turismo.” Pp. 17–24 in.
- Gutama, Guillermina, Priscila Jiménez, and María Benavides. 2017. “El Emprendimiento y Su Evolución Como Alternativa Laboral En El Contexto Latinoamericano.” 9–12.
- Hablich, Felix, Christian Bermúdez, and Edison Espinoza. 2019. “Determinantes de La Actividad Emprendedora En La Mujer de Hispanoamérica.” Pp. 125–30 in *Universidad y sociedad*. Vol. 10. Editorial “Universo Sur.”
- Hahm, Hong Joo. 2018. “Entrepreneurial about Gender Equality.” Inter Press Service,

October 1, 34–37.

Harper, Tiffany. 2019. “Entrepreneurship and Gender: What Researchers Say.” Women Love Tech. Retrieved February 13, 2021 (<https://womenlovetech.com/entrepreneurship-and-gender/>).

Heilbrunn, S. (2015). Impacto del género en las dificultades que enfrentan los empresarios. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 159-165.

Hernández, Gerardo, and Sebastián Albella. 2017. La Financiación de Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas a Través de Los Mercados de Capitales En Iberoamérica.

Hernández, N., Huerta, G., & Martínez, M. (2018). Motivos y obstáculos en el proceso de emprendimiento: caso de una mujer emprendedora en la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo. *Memorias Y Boletines De La Universidad Del Azuay*, 1(XIV), 107–140. Obtenido de <https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/memorias/article/view/183>

Herrera, Diana. 2015. “El Modelo CANVAS En La Formulación de Proyectos.” *Cooperativismo & Desarrollo* 23(107):118–42.

Hur, Johnson. 2019. “Historia Del Emprendimiento - Desde El 17.000 a.C. Hasta La Actualidad.” *Bebusinessed.Com*. Retrieved February 15, 2021 (<https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/>).

INCYDE, F. (2011). Indicadores para la igualdad en el emprendimiento. España. (Consultado febrero 2016).

International Center for Entrepreneurs in Barcelona. 2018. “Emprendimiento En América Latina: La Formación, La Palanca Del Cambio.” *ICEB 1*. Retrieved February 13, 2021 (<https://www.iceb-edu.com/blog/emprendimiento-america-latina-la-formacion-la-palanca-cambio>).

Irigoyen, Alex. 2020. “La Importancia Del Cash Flow En Una PYME.” *Cofi – Planificación Estratégica y Financiera*. Retrieved February 24, 2021

(<https://www.cofi.ai/2020/04/09/la-importancia-del-casflow-en-una-pyme/>).

Jáuregui, Fernando, and Lourdes Carmona. 2014. "1001 Consejos Para Emprender." Fundación EOI 101–40.

Khemesh, Sireen. 2019. "Entrepreneurship." 12.

Kozikowski, Zbigniew. 2007. Finanzas Internacionales. Tercera. edited by McGraw-Hill. Mexico.

Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020. ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL.

Lasio, Virginia. 2019. "La Formación Sí Incide Al Emprender." Revista Líderes 23. Retrieved February 21, 2020 (<https://www.revistalideres.ec/lideres/entrevista-formacion-emprendimiento-negocios-empresas.html>).

Leal, Antonio, and Maria Quero. 2011. "Manual de Marketing y Comunicación Cultural." Dirección General de Universidades de La Consejería de Economía, Innovación y Ciencia 113–65.

Leitão, João Carlos, and Mário Franco. 2017. "Capacidad de Emprendimiento Individual y Desempeño de Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME): Un Enfoque de Capital Humano y Organizacional." African Journal of Business Management 5:635–36.

León Serrano, Lady Andrea. 2017. "La Equidad de Género En Los Emprendimientos." Fides et Ratio - Revista de Difusión Cultural y Científica de La Universidad La Salle En Bolivia 13(13):107–25.

Linares, E., & Ponce, M. (2018). Modelo CANVAS para un emprendimiento de jugos naturales. Universidad nacional de Tucumán.

Llamas Fernández, Francisco Javier, and Juan Carlos Fernández Rodríguez. 2018. "La Metodología Lean Startup: Desarrollo y Aplicación Para El Emprendimiento." Revista Escuela de Administración de Negocios (84).

- Lora, Eduardo, and Francesca Castellani. 2014. El Espíritu Empresarial En América Latina: ¿Un Paso Adelante En La Escala Social? The World Bank.
- Lozano, L., Caicedo, J., & Fernández, T. (2019). El modelo de negocio: metodología CANVAS como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. I CONGRESO INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL EDI 2019: EDICIÓN ESPECIAL /.
- Mansoori, Yashar. 2016. How the Lean Startup Methodology Affects Entrepreneurs and Their Organizations: The Case of a Swedish Startup Accelerator.
- Márquez Aldana, Yanod, and José Silva Ruiz. 2008. Pensamiento Económico Con Énfasis En Pensamiento Económico Público.
- Mason, Colin, and Ross Brown. 2014. ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS AND GROWTH ORIENTED ENTREPRENEURSHIP Background Paper Prepared for the Workshop Organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs On.
- Mayorga, Juan, Diana Morales, and Ramiro Carvajal. 2020. “Emprendimiento y Género: Una Perspectiva Comparada de Latinoamérica y Ecuador.” Revista Espacios 41(1993):15.
- Mejía, G., & Vargas, N. (2018). Emprendimiento en perspectiva femenina: limitaciones y claves del éxito de las mujeres en los procesos de construcción de empresa en Colombia. Universidad de la Salle, 3. Recuperado el 24 de noviembre de 2020, de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2534&context=administracion_de_empresas
- Méndez, D. M., Sandoval, L. F. E., & Cevallos, A. D. L. (2019). La perspectiva de género en el sector empresarial. Problemas, tendencias y buenas prácticas. RevIISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas, 13(13), 91-108.

- Minniti, Maria. 2010. "Female Entrepreneurship and Economic Activity." *European Journal of Development Research* 22(3):294–312.
- Mohammed, Abdulnasir. 2018. Nota de La Conferencia Sobre El Emprendimiento.
- Mon, I. 2017. "Emprendedores Sociales: Historias de 26 Personas Que Fundaron Empresas Para Cambiar El Mundo a Mejor." 23.
- Montero, G. S., Vélez, B. P., Ortiz, W. M., & Vacacela, R. G. 2020. *Guayaquil Emprendedor. UCSG-ÉPICO*
- Moreira, M. M., Bajaaná, I. M., Pico, B. S., Guerrero, G. U., & Villarroel, J. B. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Ciencia Sociales y Económicas*, 2(1), 1-22.
- Murray, Alan, and Veronica Scuotto. 2015. "The Business Model Canvas." *Symphonya. Emerging Issues in Management* (3):94.
- Nichols, Adam. 2018. "Finding Your Business' Equilibrium Point." *Expert Business Advice*. Retrieved February 16, 2021 (<http://www.expertbusinessadvice.com/growth-strategies/Finding-Your-Business-Equilibrium-Point-3880.html>).
- Noblecilla, Mauricio, and Mauro Granados. 2018. *El Marketing y Sus Aplicación En Diferentes Áreas Del Conocimiento. Vol. 01.*
- Oliver, J. 2017. "Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Orrego, C.2009. "La fenomenología y el Emprendimiento. *Pensamiento y gestión, Universidad del Norte*, (27), 235-252.
- Ovalles-Toledo, Vicente, Zahira Moreno, Miguel Olivares, and Harold Silva. 2018. "Habilidades y Capacidades Del Emprendimiento: Un Estudio Bibliométrico." *Revista Venezolana de Gerencia* 23(81):217–34.
- Pereyra, A. 2018. "Condiciones Marco Para El Emprendimiento Juvenil En El Distrito

- Comas, 2017.” Universidad César Vallejo. 5.
- Pérez, Jerónimo. 2017. “55 Historias De Emprendedores: De La Idea Inicial Al Proyecto Final.” 7–20.
- Pimentel, Solange, Luz Then, Paola Olivero, Ailec Soto, Abraham Luna, Gilbert Cruz, Miguel Peguero, Carlos Jáquez, and Jorge Lluberés. 2014. “Análisis de Las Fuerzas Competitivas de Porter En El Sector de La Promoción Inmobiliaria Del Gran Santo Domingo.” *Ciencia y Sociedad* 39(3):441–76.
- Primo Tapia, Wilfrido De Jesús, and Héctor Felipe Turizo Tapia. 2017. “Emprendedor y Empresario Una Construcción Desde La Dinámica Del Pensamiento Económico.” *Management Review* 2(1):13–52.
- Reynolds, Paul D. 2005. “Understanding Business Creation: Serendipity and Scope in Two Decades of Business Creation Studies.” *Small Business Economics* 24(4):359–64.
- Ries, Eric. 2012. “The Lean Startup | Methodology.” *The Lean Startup* 154–65.
- Ríos Cardona, María Patricia. 2018. “Elevator Pitch, Herramienta Estratégica Para Proyectos de Seguridad y Paz En El Posconflicto.” *Revista Científica General José María Córdova* 16(21):35.
- Rodríguez, Eduardo. 2019. “La Importancia de La Evaluación Financiera En La Toma de Decisiones.” *Instituto Tecnológico Y De Estudio Superiores De Monterrey, Campus Irapuato* 1–22.
- Ruiz, José, María del Carmen Camelo, and Alicia Coduras. 2016. “Mujer y Desafío Emprendedor En España. Características y Determinantes.” 13–22.
- Sarango-Lalangui, Paul, Reinaldo Armas-Herrera, and Sandra Ramón-Jaramillo. 2016. “Emprendimiento Femenino y Turismo Religioso En Ecuador.” Pp. 34–78 in *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI*. Vols. 2016-July. IEEE Computer Society.

- Scharch, A. 2016. *El Marketing Como Estrategia de Emprendimiento*. Ediciones de la U.
- Schumpeter, Joseph. 1935. “Análisis Del Cambio Económico. Ensayos Sobre El Ciclo Económico.” Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Schwab, Klaus. 2015. *THE GLOBAL COMPETITIVENESS AND RISKS TEAM*. Vol. 34.
- Sepúlveda, Ana. 2016. “Elevator Pitch, Cómo Hacerlo Perfecto - Marketing y Comunicación.” Retrieved February 15, 2021 (<https://startpoint.cise.es/como-hacer-el-perfecto-elevator-pitch/>).
- Shelton, Lois. 2006. “Female Entrepreneurs, Work-Family Conflict, and Venture Performance: New Insights into the Work-Family Interface*.” *Journal of Small Business Management* 44:285–97.
- Sousa, Maria. 2018. “Desarrollo de Habilidades Empresariales En Cursos de Educación Superior Para Líderes de Equipos.” *Administrative Sciences* 8(2):18–45.
- Spigel, Ben, and C. Stam. 2020. “Global Entrepreneurial Ecosystems.” *Entrepreneurial Ecosystems* 105–27.
- Universidad de Cantabria. 2018. “Informe Mundial GEM.” Retrieved February 13, 2021 (https://web.unican.es/noticias/Paginas/2018/febrero_2018/Informe-Mundial-GEM.aspx).
- Velásquez, B. (2020). Modelo para el diseño de ideas de emprendimiento. *Revista de la Facultad de Ciencias Agropecuarias*.
- Vicepresidencia de la República Dominicana. 2017. “Manual de Marketing Digital Para Formadores.” 430.
- Victoria, Julia, and Costa Rico. 2018. “Análisis de La Estrategia Competitiva Por Medio de Las Cinco Fuerzas de Porter En La Asociación de Productores Agropecuarios Piuntza Nankais Para Exportación y Diversificación de Productos. Periodo 2016-2017.” *Pontificia Universidad Católica Del Ecuador* 22–40.

- Welsh, Dianne, and Eugene Kaciak. 2018. "Women's Entrepreneurship: A Model of Business-Family Interface and Performance." *International Entrepreneurship and Management Journal* 14.
- Yunis, Mohammad, Hina Hashim, and Alistair Anderson. 2018. "Enablers and Constraints of Female Entrepreneurship in Khyber Pukhtunkhawa, Pakistan: Institutional and Feminist Perspectives." *Sustainability* 11:27.
- Zamora, Clariza. 2018. "La Importancia Del Emprendimiento En La Economía: El Caso de Ecuador." *Espacios* 39:20.
- Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista ESPACIOS.*, 39(7), 15. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>
- Zenger, Jack, and Joseph Folkman. 2019. "Women Score Higher than Men in Most Leadership Skills." *Harvard Business Review* 4–8.

Apéndices

Apéndice A

Indicadores de perfil personal

Variables sociodemográficas

1	Edad
2	Sexo
3	Estado civil
4	Lugar de nacimiento
5	Lugar de residencia
6	Nacionalidad
7	Nivel formativo

Entorno y uso del tiempo

8	Nº personas dependientes a su cargo (incluyendo menores de 12 años)
9	Nº hijos menores de 12 años
10	Comparte el cuidado de personas dependientes
11	Distribución del tiempo entre actividades
12	Apoyo del entorno al emprendimiento
13	Satisfacción con la vida personal

Situación laboral y económica

14	Categoría profesional previa al emprendimiento
15	Situación laboral previa al emprendimiento
16	Nivel de renta de la unidad familiar previo al emprendimiento
17	Satisfacción con la vida profesional
18	Motivo del cese del último empleo

Relación con el emprendimiento

19	Antecedentes familiares
20	Experiencia previa como emprendedor/a
21	Motivación para emprender
22	Principal beneficio esperado del emprendimiento

Indicadores de perfil profesional

Sector

- | | |
|----|-------------------------------------|
| 23 | Sector de emprendimiento |
| 24 | Razones para la elección del sector |

Dimensión de la actividad

- | | |
|----|---|
| 25 | Forma jurídica |
| 26 | Emprendimiento solitario/en equipo |
| 27 | Nº puestos trabajo creados/previstos |
| 28 | Inversión inicial |
| 29 | % de la inversión inicial cubierto con financiación ajena |
| 30 | Dimensión de la actividad |

Asociacionismo y redes

- | | |
|----|--|
| 31 | Presencia en redes sociales |
| 32 | Pertenencia a estamentos empresariales |

Uso de tecnología y percepción innovación

- | | |
|----|---|
| 33 | Uso de tecnología en el trabajo |
| 34 | Consideración de la innovación como factor de éxito |

Apéndice B

Cuestionario para la obtención de los indicadores

A. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	
Edad:	
Sexo: <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	
Estado civil: <input type="checkbox"/> Soltero/a <input type="checkbox"/> Casado/a <input type="checkbox"/> Divorciado/a <input type="checkbox"/> Separado/a <input type="checkbox"/> Viudo/a <input type="checkbox"/> Otro	
Lugar de nacimiento (país en caso de personas extranjeras y provincia en el de españolas):	
Lugar de residencia (provincia y municipio):	
Nacionalidad:	
Nivel formativo: <input type="checkbox"/> Universitario o superior <input type="checkbox"/> FPPI <input type="checkbox"/> Bachillerato/FP <input type="checkbox"/> EGB/ESO <input type="checkbox"/> Sin Estudios	
B. ENTORNO Y USO DEL TIEMPO	
Número de personas dependientes a su cargo (incluyendo menores de 12 años):	
Número de hijos menores de 12 años:	
En su caso, ¿comparte las tareas de cuidado de personas dependientes con otra persona? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
Puntue de 1 a 4 las siguientes actividades en función del tiempo aproximado que les dedica: (siendo 1 a la que más tiempo dedica y 4 a la que menos)	
<input type="checkbox"/> Gestiones personales, trabajo doméstico y cuidado de personas <input type="checkbox"/> Trabajo remunerado <input type="checkbox"/> Formación <input type="checkbox"/> Participación social, tiempo libre, ocio	
Señale cuál es el principal apoyo que recibe de su entorno personal a la hora de emprender (señale sólo una opción):	
<input type="checkbox"/> Económico <input type="checkbox"/> Asistencial <input type="checkbox"/> Emocional y afectivo <input type="checkbox"/> Ninguno	
Considera su satisfacción con su vida personal: <input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> Nula	
C. SITUACIÓN LABORAL Y ECONÓMICA	
Categoría profesional previa al emprendimiento:	
<input type="checkbox"/> Ingenieros y licenciados <input type="checkbox"/> Ingenieros técnicos, peritos y ayudantes titula <input type="checkbox"/> Jefes administrativos y de taller <input type="checkbox"/> Ayudantes no titulados <input type="checkbox"/> Oficiales administrativos <input type="checkbox"/> Subalternos <input type="checkbox"/> Oficiales de primera y segunda <input type="checkbox"/> Oficiales de tercera y especialistas <input type="checkbox"/> Peones <input type="checkbox"/> Trabajadores menores de 18 años <input type="checkbox"/> Auxiliares administrativo	
Situación laboral previa al emprendimiento: <input type="checkbox"/> Trabajador/a por cuenta ajena <input type="checkbox"/> Trabajador/a por cuenta propia <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Sin trabajo	
Nivel de renta de la unidad familiar previa al emprendimiento: <input type="checkbox"/> Menor de 9.000 €/año <input type="checkbox"/> Entre 9.001 € y 15.000 €/año <input type="checkbox"/> Entre 15.001 € y 30.000 €/año <input type="checkbox"/> Mas de 30.000 €/año	
Considera su satisfacción con su vida profesional: <input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> Nula	
Indique el motivo del cese de su último empleo: <input type="checkbox"/> Baja voluntaria <input type="checkbox"/> Despido <input type="checkbox"/> Fin contrato	
D. RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO	
Antecedentes emprendedores familiares (señale todas aquellas opciones que proceda):	
<input type="checkbox"/> Padre emprendedor <input type="checkbox"/> Madre emprendedora <input type="checkbox"/> Sin antecedentes familiares <input type="checkbox"/> Algún familiar emprendedor	
¿Es su primera experiencia emprendedora? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No, pero no tuve éxito <input type="checkbox"/> No, tengo o he tenido experiencias anteriores exitosas	
¿Cuál es su principal motivación para emprender? <input type="checkbox"/> Oportunidad <input type="checkbox"/> Necesidad	
¿Cuál es el principal beneficio que espera del emprendimiento? <input type="checkbox"/> Económico <input type="checkbox"/> Personal <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Social	
E. SECTOR DE EMPRENDIMIENTO	
¿Cuál es el sector en el que desea emprender?	
<input type="checkbox"/> Transporte y almacenamiento <input type="checkbox"/> Industrias Extractivas <input type="checkbox"/> Educación <input type="checkbox"/> Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado <input type="checkbox"/> Información y comunicaciones <input type="checkbox"/> Industria manufacturera <input type="checkbox"/> Construcción <input type="checkbox"/> Actividades administrativas y servicios auxiliares: <input type="checkbox"/> Actividades inmobiliarias <input type="checkbox"/> Otros servicios <input type="checkbox"/> Hostelería <input type="checkbox"/> Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento <input type="checkbox"/> Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca <input type="checkbox"/> Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales <input type="checkbox"/> Actividades financieras y de seguros <input type="checkbox"/> Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria <input type="checkbox"/> Actividades profesionales, científicas y técnicas <input type="checkbox"/> Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación <input type="checkbox"/> Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicleta <input type="checkbox"/> Actividades sanitarias y de servicios sociales <input type="checkbox"/> Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico; actividades de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio	
Razones para la elección del sector (señale todas aquellas opciones que proceda): <input type="checkbox"/> Necesidad personal de cambio <input type="checkbox"/> Afición	
<input type="checkbox"/> Identificación de necesidades no cubiertas <input type="checkbox"/> Experiencia en el sector <input type="checkbox"/> Maternidad / paternidad <input type="checkbox"/> Formación específica en el sector	

F. DIMENSIÓN DE LA ACTIVIDAD	
Forma jurídica de la actividad	<input type="checkbox"/> Empresario/a individual <input type="checkbox"/> Sociedad limitada Unipersonal <input type="checkbox"/> Sociedad limitada nueva empresa <input type="checkbox"/> Sociedad limitada laboral <input type="checkbox"/> Sociedad limitada <input type="checkbox"/> Sociedad anónima <input type="checkbox"/> Sociedad anónima Unipersonal <input type="checkbox"/> Sociedad anónima laboral <input type="checkbox"/> Sociedad colectiva <input type="checkbox"/> Comunidad de bien <input type="checkbox"/> Cooperativas de Trabajo Asociado <input type="checkbox"/> Sociedad comanditaria <input type="checkbox"/> Cooperativas de primer grado que no son de trabajo asociado
¿Emprende en solitario o con más personas?	<input type="checkbox"/> En solitario <input type="checkbox"/> Con un socio <input type="checkbox"/> Con una socia <input type="checkbox"/> Con más de una persona, mayoritariamente hombres <input type="checkbox"/> Con más de una persona, mayoritariamente mujeres <input type="checkbox"/> Con más de una persona, igual número de hombres que de mujeres
Nº de puestos de trabajo previstos/creados:	
¿Cuál es la inversión que prevee realizar inicialmente?	<input type="checkbox"/> Menos de 6.000 € <input type="checkbox"/> Entre 6.000 y 15.000 € <input type="checkbox"/> Entre 15.001 y 35.000 € <input type="checkbox"/> Entre 35.001 y 70.000 € <input type="checkbox"/> Entre 70.001 y 110.000 € <input type="checkbox"/> Mas de 110.000 €
El porcentaje de la inversión inicial cubierta con financiación ajena es:	<input type="checkbox"/> Menos del 10% <input type="checkbox"/> Entre el 10 y el 25% <input type="checkbox"/> Entre el 26 y el 50% <input type="checkbox"/> Entre el 51 y el 75% <input type="checkbox"/> Entre el 76 y el 99% <input type="checkbox"/> El 100%
¿Qué dimensión espera que tenga su actividad?	<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional
G. ASOCIACIONISMO Y REDES (señale todas aquellas opciones que proceda)	
Presencia en redes sociales	<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Xing <input type="checkbox"/> Tuenti <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Viadeo <input type="checkbox"/> Otras: _____
¿Pertenece a alguno de los siguientes estamentos empresariales?	<input type="checkbox"/> Asociación profesional <input type="checkbox"/> Cámara de comercio <input type="checkbox"/> Gremio profesional
H. USO DE LA TECNOLOGÍA Y PERCEPCIÓN DE LA INNOVACIÓN (señale todas aquellas opciones que proceda)	
¿Cuáles de los siguientes medios de trabajo utiliza habitualmente?	<input type="checkbox"/> Ordenador <input type="checkbox"/> Smartphone <input type="checkbox"/> Firma digital <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Plataformas de comercio electrónico
¿Considera la innovación importante para el éxito de su empresa/negocio?	<input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> Nula

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Guarín Barrera Ángela María, con C.I: # 0703705244 autor del trabajo de titulación: ***Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles con Equidad para los Emprendedores registrados en el GAD Municipal de la ciudad de Milagro*** previo a la obtención del grado de MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 16 de junio del 2022



f. _____
Nombre: Guarín Barrera Ángela María
C.I: 0703705244

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Programa de Formación de Emprendimientos Sostenibles con Equidad		
Para los emprendedores registrados en el GAD Municipal de la ciudad de Milagro.			
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Guarín Barrera, Ángela María		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Castro Peñarreta, Ángel / Padilla Lozano, Carmen		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de junio del 2022	No. DE PÁGINAS:	94
ÁREAS TEMÁTICAS:	Calidad, Emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Emprendimiento, Equitativo, Sostenible, Ecosistema, Programa.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>En la actualidad podemos evidenciar gracias a los análisis y evaluación de expertos el impacto que tienen los emprendimientos para la sociedad en la que se desarrollan, pero de manera especial los basados en la innovación, por tal motivo las instituciones universitarias, empresas privadas y públicas deberían proporcionar la factibilidad y acompañamiento para estos proyectos dado que los emprendimientos con innovación están asumiendo riesgos al desarrollar un producto o servicio basado en una nueva idea. Este proyecto de investigación tiene como objetivo establecer un programa de formación para los emprendimientos que forman parte del GAD Municipal de la ciudad de Milagro para que estos puedan ser equitativos y sostenibles contribuyendo así de manera positiva y real a la economía y sociedad. Por tal motivo se realizó una investigación descriptiva, transversal, no experimental, con enfoque cuantitativo, se estableció una muestra de 70 personas mediante la fórmula de estimación muestral para poblaciones finitas, con un 95% de nivel de confianza; Para medir las variables se tomó como instrumentos de evaluación el cuestionario de la Cámara de España Observatorio para la Igualdad en el Emprendimiento (Fundación INCYDE). Con base en los análisis realizados por medio de los indicadores obtenidos se propone un programa de formación para los emprendedores, evidenciando la necesidad de involucrar al ecosistema emprendedor para el desarrollo de la ciudad.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-4500054 / 0993487472	E-mail: angelamarag22@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-2206950		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	