

# 06

## EMPODERAMIENTO Y ÉXITO EN EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES FEMENINOS: EL IMPACTO DE LA EDUCACIÓN Y LA CAPACITACIÓN

### EMPOWERMENT AND SUCCESS IN WOMEN'S ARTISANAL ENTERPRISES: THE IMPACT OF EDUCATION AND TRAINING

José Escalante Escalante<sup>1</sup>

E-mail: [joseant0e@gmail.com](mailto:joseant0e@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9696-1783>

Daniel Merchán Rivera<sup>1</sup>

E-mail: [dmerchan@uteg.edu.ec](mailto:dmerchan@uteg.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9661-6855>

<sup>1</sup>Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador

#### Cita sugerida (APA, séptima edición)

Escalante Escalante, J., y Merchán Rivera, D. (2024). Empoderamiento y éxito en emprendimientos artesanales femeninos: el impacto de la educación y la capacitación. *Revista Conrado*, 20(97), 67-74.

#### RESUMEN

Este artículo evalúa el impacto de un proyecto de capacitación, la Aceleradora de Negocios para Emprendimientos Artesanales Liderados por Mujeres, impulsado por la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil con apoyo de la Embajada de Francia en Ecuador. El estudio se enfoca en cómo las mentorías y el acompañamiento en habilidades empresariales y de marketing influyen en la creatividad, el empoderamiento económico y el éxito en la comercialización de bienes no perecederos en emprendimientos femeninos. Utilizando un enfoque metodológico mixto, se evaluó la percepción de 50 participantes a través de encuestas y focus groups. Los talleres, impartidos online, abarcaron temas como emprendimiento artesanal femenino, liderazgo, empoderamiento y marketing digital. Los resultados mostraron una mejora en conocimientos y habilidades, destacando el empoderamiento en la definición de precios y uso efectivo de redes sociales. Las participantes también reflejaron un fortalecimiento en liderazgo y autoconfianza. El estudio sugiere la efectividad de estos talleres y resalta la importancia de integrar aspectos técnicos y sociales en el emprendimiento femenino.

#### Palabras clave:

Emprendimiento femenino, empoderamiento económico, habilidades empresariales, marketing, liderazgo Femenino.

#### ABSTRACT

This article evaluates the impact of a training project, the Business Accelerator for Women-Led Artisanal Enterprises, driven Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil with support from the French Embassy in Ecuador. The study focuses on how mentorship and support in business and marketing skills influence creativity, economic empowerment, and success in the commercialization of non-perishable goods in women's enterprises. Using a mixed-methodological approach, the perception of 50 participants was assessed through surveys and focus groups. The workshops, conducted online, covered topics such as women's artisanal entrepreneurship, leadership, empowerment, and digital marketing. The results showed a improvement in knowledge and skills, highlighting empowerment in pricing definition and effective use of social networks. The participants also reflected a strengthening in leadership and self-confidence. The study suggests the effectiveness of these workshops and highlights the importance of integrating technical and social aspects in women's entrepreneurship.

#### Keywords:

Female entrepreneurship, Economic empowerment, Business skills, Marketing, Female Leadership.

## INTRODUCCIÓN

En Ecuador, los emprendimientos artesanales liderados por mujeres están emergiendo como un pilar esencial en la economía y el tejido social. Esto dentro de una realidad económica y social compleja donde, por ejemplo, de acuerdo con el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, en su última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) de octubre 2023, la tasa de empleo adecuado para los hombres fue de 40,1%, y para las mujeres de 27,2%. En este mismo reporte, y complementando las cifras, se revela que las mujeres tienen una tasa de empleo no remunerado aproximadamente 3,3 veces más alta que los hombres (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2023). Estas cifras dispares se equilibran un poco cuando se mira hacia el emprendimiento. De acuerdo con el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en términos de percepción de oportunidades para emprender, un 52,93% de los hombres cree que existen más posibilidades, comparado con el 49,99% de las mujeres. Además, aproximadamente el 76% de los hombres se siente capacitado para iniciar un negocio, en contraste con el 69,68% de las mujeres. Relacionado con esto, el miedo al fracaso se presenta como un obstáculo mayor para las mujeres, con un 38,54% expresando esta preocupación, frente al 30,91% de los hombres que sienten lo mismo (Lasio et al., 2020).

Sin embargo, dentro del mismo reporte se evidencia que en negocios establecidos, las cifras nuevamente se vuelven dispares. Hay una mayor proporción de hombres propietarios (62%) frente a mujeres propietarias (38%) (Lasio et al., 2020). Estos hallazgos hacen ver que el emprendimiento femenino se enfrenta a varios desafíos. Amaya et al. (2023) detalla estos desafíos en tres áreas clave: el desarrollo de habilidades y educación, los elementos que influyen en las oportunidades de negocios disponibles, y los factores que impulsan o limitan el surgimiento y crecimiento gradual de nuevas empresas.

En este mismo sentido, es importante hablar de la violencia económica ejercida hacia las mujeres. Este tipo de violencia se la puede entender como “la restricción o limitación de los recursos o ingresos económicos de la víctima” (Sinisterra, 2020, p. 101). Este tipo de violencia en particular afecta de forma integral la vida de las mujeres ya que se ven excluidas a realizar trabajos inadecuados en condiciones de subempleo donde finalmente reciben menores ingresos que la población masculina. (Subia Cabrera et al., 2021)

Volviendo a la cuestión sobre el sostenimiento del emprendimiento femenino, el informe de Global Entrepreneurship Monitor: GEM (2020) concluye que entre los desafíos para

esto se encuentran: la limitada orientación a la innovación, la falta de creación de emprendimientos con potencial y los escasos emprendimientos dinámicos. (Amaya et al., 2023) Entonces, se pueden hablar de barreras de acceso a financiamiento, comercialización de productos, así como barreras sociales y culturales que limitan el desarrollo de las emprendedoras; sin embargo, el tema de educación en emprendimiento, usado como herramienta dinamizadora, tiene un peso sustancial. Según Lv et al. (2021) cuando hay poco conocimiento sobre como emprender, los cursos de emprendimiento tienen un efecto significativo en la intención emprendedora de las personas. Estos datos son basados en un estudio con 3.775 estudiantes graduados entre 1985 y 2009.

Finalmente, (Lasio et al., 2020) afirma que, ...la educación y mejoramiento de las capacidades de mujeres emprendedoras son una vía de apoyo para sostener en el tiempo y conseguir éxito en sus negocios. Esto ya que, según el alcance a 2020 del informe GEM Ecuador, las mujeres “se sienten menos competentes” frente al emprendimiento. (casi la mitad de los emprendimientos nacientes y nuevos son liderados por mujeres en Ecuador, 2021) Esta afirmación es respaldada por (Moreno Medel et al. (2019) descriptive type of documentary approach, allowing to obtain important information to identify the public policy programs implemented in countries such as Chile, Colombia, Mexico and Peru, regarding the support and promotion of female entrepreneurship as a mechanism of women to access education, financing, and other fundamental rights such as equality, freedom, protection of their integrity, as well as the mechanisms that help this population achieve equal benefits as sources of financing, subsidies by constitution of a company, female entrepreneurship generally starts from a need for survival due to unemployment and inequality of opportunity. Once the public policy programs of the countries analyzed were identified, it was possible to determine which countries give greater importance to this issue as a factor of social progress, granting benefits such as financing and subsidies for social enterprises, however, in many cases women do not agree to these benefits due to ignorance and lack of advice, the limited dissemination of guidance and training by the government..) El objetivo del presente estudio es analizar las políticas públicas de emprendimiento social como mecanismo de inclusión de las mujeres en América Latina para mitigar las discriminaciones y la violencia contra la mujer; el proceso investigativo se realizó bajo el enfoque cualitativo, de tipo descriptiva de carácter documental, permitiendo obtener información importante para identificar los programas de políticas pública implementados en países como Chile, Colombia, México y Perú, respecto al apoyo e impulso del emprendimiento

femenino como mecanismo de las mujeres para acceder a educación, financiación, y otros derechos fundamentales como, la igualdad, libertad, protección a su integridad, así mismo se evidencian los mecanismos que coadyuvan a que esta población logre en igualdad de condiciones beneficios como fuentes de financiamiento, subsidios por constitución de empresa, generalmente el emprendimiento femenino parte de una necesidad de supervivencia debido al desempleo y a la desigualdad de oportunidades; una vez identificados los programas de políticas públicas de los países analizados se pudo determinar qué países dan mayor importancia a este tema como factor de progreso social, otorgando beneficios como financiamientos y subsidios para emprendimientos sociales, no obstante, en muchos casos las mujeres no acceden a estos beneficios por desconocimiento y por falta de asesoría, la escasa difusión orientación y capacitación por parte de los entes gubernamentales, quienes afirman que para fomentar el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres en actividades productivas es crucial dotarlas de conocimientos significativos. De esta manera se puede apoyar el desarrollo y crecimiento de las mujeres con el fin de mejorar su calidad de vida.

Por este motivo, desde la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, con el apoyo de la Embajada de Francia en Ecuador, mediante el programa de Fortalecimiento de Iniciativas Empresariales en Universidades de Ecuador, se decidió implementar el proyecto Aceleradora de negocios para emprendimientos artesanales liderados por mujeres. Tomando como referencia este proyecto, el objetivo de este artículo es evaluar cómo las mentorías y el acompañamiento en habilidades empresariales y de marketing pueden influir en la creatividad, el empoderamiento económico y el éxito en la comercialización de bienes no perecederos en emprendimientos artesanales liderados por mujeres. El análisis se basa en la evidencia proporcionada por la aplicación del proyecto Aceleradora de negocios para emprendimientos artesanales liderados por mujeres, así como la evaluación posterior de resultados en las emprendedoras participantes. Esta investigación busca ofrecer un entendimiento detallado de las intervenciones que pueden ayudar a las mujeres a superar las barreras y mejorar sus habilidades empresariales.

## MATERIALES Y MÉTODOS

### Descripción general

En primera instancia se definió que se daría libertad de cátedra a los docentes para elaborar contenidos para los talleres que capacitarían a las emprendedoras. Esto debido a que la autonomía universitaria y libertad de

cátedra son fundamentales para que la educación superior pueda responder adecuadamente a las demandas de una sociedad en constante cambio. Estas permiten a los educadores y a las instituciones educativas adaptar sus enfoques y contenidos a las necesidades y desafíos emergentes (Campos-Céspedes y Gutiérrez, 2020), lo cual es especialmente relevante en el campo del emprendimiento y sus constantes adaptaciones a las tendencias de mercado en boga. A esta libertad se la enmarcó dentro dos pilares fundamentales:

1. Revisión bibliográfica sistemática para alinear la enseñanza con las investigaciones y prácticas más recientes en emprendimiento y marketing. Se seleccionaron publicaciones relevantes, enfocadas en emprendimientos artesanales de mujeres, lo que permitió a los docentes identificar y aplicar las teorías y prácticas más efectivas.
2. Un marco teórico robusto, integrando conceptos de emprendimiento, marketing, educación para adultos y el empoderamiento económico de las mujeres, para crear un currículo coherente y relevante que atienda las necesidades educativas de las emprendedoras y los desafíos del mercado actual.

Luego de aplicar los talleres se midió la percepción de los mismos. En esta fase, el estudio adoptó un enfoque metodológico mixto para evaluar el impacto de las capacitaciones en emprendimientos artesanales liderados por mujeres. Se combinaron métodos cuantitativos (encuestas cerradas) y cualitativos (focus groups), seleccionados por su capacidad para proporcionar tanto datos claros como percepciones detalladas. La inclusión del enfoque cualitativo tiene la intención de entender los significados y símbolos comunes en el mundo social, tal como los expresan las personas (Bernal Torres, 2016). Esta dualidad metodológica fue esencial para abordar las respuestas de las 50 participantes del proyecto.

### Selección de Participantes

Las participantes fueron seleccionadas a través de una convocatoria abierta en redes sociales, utilizando una campaña de expectativa. Este método permitió una amplia difusión y accesibilidad para emprendedoras interesadas. Se consideró para la participación a las mujeres con emprendimientos en marcha, así como mujeres que tengan intenciones claras de emprender.

### Recopilación de Datos

Para la recolección de datos, se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, y como instrumento, el cuestionario.

El cuestionario constó de 13 preguntas relacionadas con cada una de las sesiones de capacitación. Se construyó

buscando medir el nivel de satisfacción, percepción de utilidad y percepción de mejora de habilidades de las personas participantes en los talleres. Se usó una escala de Lickert donde donde 1 es mínimo y 5 es máximo frente a cada uno de los cuestionamientos. Este instrumento proporcionó información cuantitativa sobre la percepción de las participantes respecto a los talleres. Además, se realizó un focus group con tres personas, quienes accedieron a participar luego de una convocatoria general a quienes asistieron a los talleres. En este espacio se profundizó en temas como la utilidad y pertinencia de los talleres, la metodología empleada y las oportunidades de mejora. Se decidió el focus group ya que esta técnica permite un acercamiento más personal con quienes participan del proceso. Esto permite un desarrollo empático y fluido siempre que se consideren las condiciones de número y tamaño de los grupos. (Gross Martínez y Stiller González, 2014).

Para el focus group se seleccionó a 3 estudiantes de la universidad que, aunque son varones, estuvieron participando activamente dentro de los talleres y dos de ellos cuentan con una visión desde el emprendimiento con acompañamiento femenino ya que forman parte de iniciativas lideradas por mujeres. Este espacio se dio de forma virtual con una duración de una hora con la presencia de uno de los autores como moderador. Los tópicos giraron en torno a tres ejes:

- 1.- Satisfacción frente a metodología de los talleres,
- 2.- Satisfacción frente a contenidos de los talleres y
- 3.- Sensibilización en temas de género y liderazgo femenino.

### **Análisis de Datos**

Los datos cuantitativos se analizaron por medio de estadística descriptiva. Los resultados del focus group se resumieron para captar percepciones más detalladas y cualitativas.

### **Consideraciones Éticas**

Se garantizó la confidencialidad y el consentimiento informado de todas las participantes. Se les notificó sobre la grabación de los talleres y los focus groups, así mismo sobre la utilización de esta información para propósitos de investigación, asegurando la transparencia del proceso.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **Diseño y realización de las capacitaciones**

Se llevaron a cabo tres talleres en línea a través de Zoom, enfocándose en áreas clave:

- **Emprendimiento Artesanal Femenino:** Se dictaron temas como el registro de marca personal, análisis del mercado, identificación de oportunidades de negocio y propiedad intelectual.

En este taller se ofreció una guía integral para mujeres en el emprendimiento artesanal. El espacio abarcó el desarrollo de habilidades empresariales, técnicas artesanales, estrategias de precios, y construcción de marca. Incluyó formación en creación y gestión de negocios artesanales, innovación, adaptabilidad y valor agregado. Además, exploró modelos de negocio, marketing, planificación operativa, análisis de mercado, finanzas y consideraciones sobre financiamiento, con énfasis en branding e identidad visual para emprendimientos artesanales.

Abordar esta temática está relacionado con la evidencia científica que indica que las mujeres requieren capacitación académica sobre emprendimiento ya que en general cuentan con menores estudios que los hombres y esto las pone en desventaja al momento de dirigir una empresa. El tema de la experiencia también es un factor de peso para que las mujeres dirijan empresas más pequeñas y en sectores económicos menos rentables (García y Adame, 2015).

En este mismo sentido, Velásquez Carrascal et al., (2020) señalan que un factor a considerar dentro de la capacitación para emprender es el conocimiento sobre planes de costos así como gastos e ingresos, ya que para la creación de empresas exitosas hay tomar decisiones basadas en el factor económico para maximizar las oportunidades financieras.

- **Liderazgo y Empoderamiento Femenino:** Abordó la discriminación, igualdad, estereotipos, tipos de violencia y ejercicios de liderazgo.

La capacitación se enfocó en el fortalecimiento de la participación femenina en todos los sectores y niveles económicos. Cubrió temas como la creación de economías fuertes, establecimiento de sociedades justas, desarrollo sostenible, y mejora de la calidad de vida familiar. Además, abordó el empoderamiento femenino desde múltiples ángulos, incluyendo la lucha por la igualdad de género, tipos de violencia de género, estereotipos, y el papel de la educación y capacitación para promover la igualdad y el liderazgo femenino desde la niñez.

Este tema cobra relevancia tomando en cuenta los hallazgos de Tovar et al., (2021) que prueban que los determinantes de éxito del emprendimiento femenino están relacionados con la personalidad, el enfoque conductual, la extroversión y conciencia. Estas habilidades se fortalecen con el liderazgo desde el autorreconocimiento del entorno de violencia de género existente ya que, si bien

no existe una amplia literatura científica relacionada al emprendimiento con enfoque de género, Zambrano-Vargas y Vázquez-García (2019), concluyen con base en la revisión de literatura basada en evidencia empírica que, emprender, para las mujeres implica un mayor esfuerzo en comparación con el hombre debido a los roles de género y a las inequidades presentes en las sociedades patriarcales en que vivimos.

- Marketing Digital: Enseñando sobre el uso de redes sociales, categorización de clientes, fotografía y segmentación de mercado.

Este espacio ofreció una formación integral en marketing digital y estrategias de comunicación online. El curso tocó aspectos fundamentales como la definición y la importancia del marketing digital, identificación de diferentes tipos de clientes, y el uso efectivo de herramientas como WhatsApp Business e Instagram Business. También se enseñaron técnicas clave para la fotografía de productos, promoción de productos o servicios mediante herramientas en línea, así como la creación de una presencia online impactante a través de biografías y storytelling.

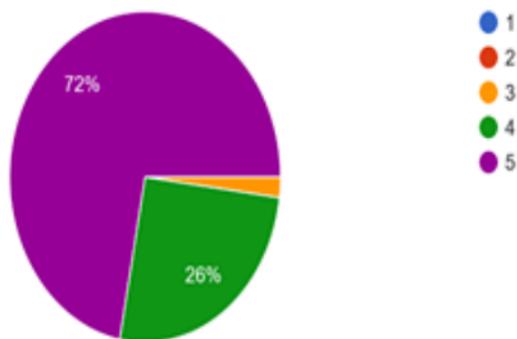
Este apartado tiene importancia evidente, aún más revisando la literatura, que resalta a las redes sociales como las herramientas más utilizadas como canal para las pequeñas y medianas empresas hacia sus clientes.(Mera-Plaza et al., 2022)

### Resultados de Encuesta de Satisfacción

Las participantes expresaron, según los datos de la encuesta aplicada, una alta valoración de los talleres, especialmente en áreas como el mejoramiento del conocimiento en la creación de negocios artesanales y el desarrollo de habilidades de liderazgo. Esta valoración se refleja en las respuestas promedio a las preguntas cuantitativas, que en su mayoría se inclinan hacia el extremo superior de la escala, tal como se aprecia en la Figura 1.

Fig. 1: Mejora de conocimiento

En una escala del 1 al 5, donde 1 es mínimo y 5 es máximo, ¿cuánto crees que ha mejorado tu conocimiento sobre la creación de negocios artesanales después de participar en los talleres?  
50 respuestas



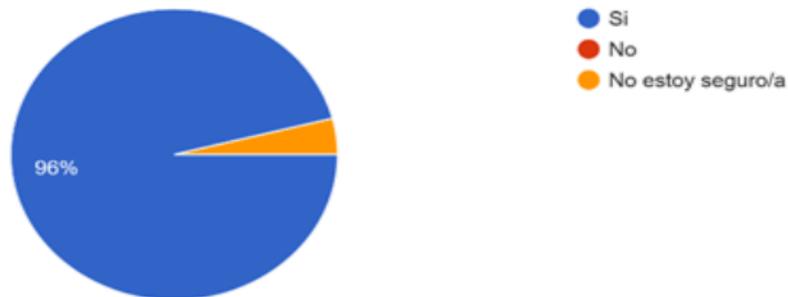
Fuente: Elaboración propia (2023)

Un aspecto destacable es el empoderamiento percibido por las participantes en temas críticos como la definición de precios de sus productos (ver Figura 2), el uso de las redes sociales para promoción (ver Figura 3) y la realización de fotografías básicas para la promoción en línea. Estos resultados sugieren que los talleres no solo han sido efectivos en transmitir conocimientos específicos, sino también en fortalecer la confianza y las capacidades prácticas de las participantes. Además, el enfoque en el liderazgo y empoderamiento femenino ha tenido un impacto significativo como se aprecia en la Figura 4, reflejado en la respuesta predominante a las preguntas relacionadas con estos temas.

Fig. 2: Capacidad de Definición de Precios

¿Te sientes más capacitada para definir precios de tus productos artesanales después de las capacitaciones?

50 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Fig. 3: Redes sociales para promoción de producto

¿Has adquirido conocimientos prácticos sobre cómo utilizar las redes sociales para promover tus productos artesanales?

50 respuestas

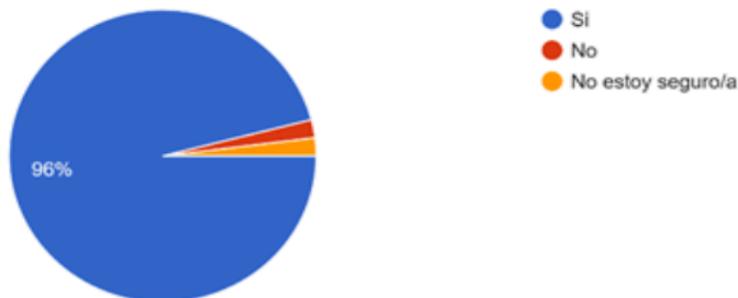
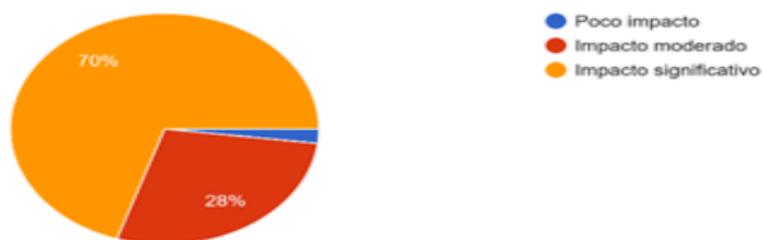


Fig. 4: Impacto de la perspectiva en el rol de la mujer

¿En qué medida las sesiones sobre liderazgo y empoderamiento femenino han impactado tu perspectiva sobre el rol de la mujer en los negocios artesanales?

50 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

La diversidad de respuestas en preguntas abiertas, como las referentes a los aspectos más valiosos de los talleres y los planes para aplicar los conocimientos adquiridos, indica una variedad de experiencias y percepciones entre las participantes. Esto sugiere que los talleres han sido capaces de abordar las necesidades individuales y promover un aprendizaje significativo y personalizado.

### Análisis Detallado por Pregunta

Los resultados globales de la encuesta, presentados en la Tabla 1, permiten reafirmar una alta satisfacción y éxito de los talleres entre las participantes.

Tabla 1: Resultados de Encuesta por pregunta

Tema	Resumen
Conocimiento en Negocios Artesanales	Valoración promedio de 4.64/5, indicando mejoría en conocimientos y habilidades.
Mejora del Conocimiento	Valoración positiva con promedio de 4.70/5.
Definición de Precios	46 de 47 participantes se sienten más capacitadas para definir precios.
Mejoras en Producción	'Estrategias de marca' como área más mencionada entre 15 categorías.
Habilidades de Liderazgo	45 de 47 participantes adquirieron habilidades de liderazgo.
Liderazgo y Empoderamiento Femenino	Mayoría percibe un impacto significativo de los talleres en estos aspectos.
Abordaje de Violencia de Género	Respuesta afirmativa abrumadora sobre empoderamiento en este tema.
Conocimientos sobre Redes Sociales	Mayoría adquirió habilidades prácticas para promoción en redes.
Fotografía para Promoción Online	Respuesta afirmativa casi unánime en mejoras de habilidades fotográficas básicas.
Aspecto más Valioso	Diversidad de respuestas, indicando amplia gama de beneficios percibidos.
Aplicación de Conocimientos	Diversidad en planes de aplicación personalizada de conocimientos adquiridos.
Efectividad de los Talleres	'Muy satisfactorio' como respuesta común, reflejando satisfacción general.
Interés en Taller de Fotografía	Mayoría respondió 'No', sugiriendo considerar accesibilidad y planificación en futuros talleres.

Fuente: elaboración propia (2023)

### Focus group: Potencial del proyecto y áreas de mejora

Dentro del focus group se destacaron aspectos útiles de las capacitaciones como el registro de marca personal, exploración de productos en línea, y la identificación de oportunidades de negocio. En temas de género, se enfatizó la brecha salarial y discriminación. En marketing, las redes sociales y la fotografía fueron puntos clave. Sin embargo, se señaló la falta de contenido sobre videos, edición y liderazgo, así como problemas de conexión como limitaciones del programa como aspectos de mejora para lograr un mayor impacto.

Las personas participantes señalaron la importancia de tratar junto con temáticas técnicas de emprendimiento, el tema del género. Ya que, incluso en participantes hombres, este tema permitió la sensibilización y reflexión frente a los roles de género dentro de la construcción y consolidación de empresas.

### CONCLUSIONES

Las capacitaciones ofrecidas han demostrado ser eficaces en mejorar las habilidades y conocimientos de las emprendedoras en áreas clave como la gestión de negocios, el liderazgo y el marketing digital. Este avance ha potenciado su capacidad técnica y también ha fortalecido su confianza y autonomía, aspectos fundamentales para el éxito en el emprendimiento.

Las actividades de la Aceleradora no solo han mejorado el conocimiento técnico de las emprendedoras, una limitante clave para muchas mujeres en este campo, sino que también han reforzado aspectos como el liderazgo, la personalidad y el autoconocimiento. Estos elementos son reconocidos como potencialidades distintivas y beneficiosas en el emprendimiento femenino. Los resultados también hablan de áreas de mejora, como la necesidad de incluir contenido más diverso y técnico. Se subraya la importancia de abordar temas de género no solo con las emprendedoras sino también con los hombres, para fomentar una mayor sensibilización y equidad.

Finalmente, se destaca la necesidad de una estrategia más integral y adaptable para abordar tanto las habilidades técnicas como los desafíos sociales y de género en el emprendimiento femenino. En ese sentido, la libertad de cátedra basada en literatura científica se muestra como una opción válida y enriquecedora para estos procesos.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya, A., Samaniego, A., y Lasio, V. (2023). *Oportunidades y Desafíos del Ecosistema de Emprendimiento Femenino en Ecuador*. ESPAE. [https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2023/01/emprendimiento\\_femenino\\_ecuador.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2023/01/emprendimiento_femenino_ecuador.pdf)
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Cuarta edición). Pearson Educación de Colombia S.A.S.
- Campos-Céspedes, J. y Gutiérrez, W. S. (2020). Autonomía universitaria y libertad de cátedra en tiempos de cambio. *Innovaciones Educativas*, 22(32), Article 32. <https://doi.org/10.22458/ie.v22i32.2973>
- El Universo (2021, noviembre 19). *Casi la mitad de los emprendimientos nacientes y nuevos son liderados por mujeres en Ecuador*. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/casi-la-mitad-de-los-emprendimientos-nacientes-y-nuevos-son-liderados-por-mujeres-en-ecuador-nota/>
- García, M. L. S., y Adame, M. E. C. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en américa latina. *Criterio Libre*, 13(22), Article 22. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>
- Gross Martínez, M., y Stiller González, L. (2014). Contribución de la técnica de grupo focal al acercamiento a la percepción estudiantil sobre accesibilidad en el entorno universitario / Technical contribution to focus group approach to students perception on accessibility in university environment. *Actualidades Investigativas en Educación*, 15(1). <https://doi.org/10.15517/aie.v15i1.17587>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2023). *Boletín de empleo ENEMDU*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Octubre/202310\\_Boletin\\_empleo\\_ENEMDU.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Octubre/202310_Boletin_empleo_ENEMDU.pdf)
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., y Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*.
- Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., Huang, X., Huang, Y., y Huang, L. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention: Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.655868>
- Mera-Plaza, C. L., Cedeño-Palacios, C. A., Mendoza-Fernandez, V. M., y Moreira-Choez, J. S. (2022). El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento empresarial. *Espacios*, 43(03), 27-34. <https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n03p03>
- Moreno Medel, M. I., Gorges Farias, M., y Farias, Z. I. (2019). Políticas públicas de emprendimiento social como mecanismo de inclusión de las mujeres en América Latina. *Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica: vol. VII, 2019, ISBN 978-980-7857-18-5, págs. 37-56*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7798307>
- Sinisterra, N. A. C. (2020). Violencia económica y patrimonial en mujeres afroesmeraldeñas: Un enfoque interseccional. *Mundos Plurales - Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.17141/mundosplurales.1.2021.4274>
- Subia Cabrera, A. C., Robles Albuja, P. S., Guzmán Albuja, A. B., y Pinto Rodríguez, J. A. (2021). VIOLENCIA ECONÓMICA Y LABORAL EN CONTRA DE LAS MUJERES EN ECUADOR. En A. C. Subia Cabrera & S. S. Hessamzadeh Villamagua (Eds.), *Género, Derechos Humanos e Interseccionalidad* (1.ª ed.). UNIVERSIDAD DE OTAVALO. <https://doi.org/10.47463/clder.2021.02.08>
- Tovar, Y. S., García, M. Á. M., y Flores, J. E. M. (2021). Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), Article 94. <https://doi.org/10.52080/rvgv26n94.25>
- Velásquez Carrascal, B. L., Hoyos Patiño, J. F., Hernández Villamizar, D. A., Sayado Velasquez, L. N., Sayago Velásquez, J. E., y Vargas Yuncosa, J. A. (2020). (DIE)—MODELO PARA EL DISEÑO DE IDEAS DE EMPRENDIMIENTO. *Revista Facultad de Ciencias Agropecuarias -FAGROPEC*, 12(1), 52-64. <https://doi.org/10.47847/fagropec.v12n1a5>
- Zambrano-Vargas, S. M., y Vázquez-García, A. W. (2019). Algunas perspectivas teóricas para el estudio del emprendimiento y el género. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1), Article 1. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5216>