



CienciAmérica: Revista de Divulgación Científica de la
Universidad Tecnológica Indoamérica

ISSN: 1390-9592

ISSN: 1390-681X

cienciamerica@uti.edu.ec

Universidad Tecnológica Indoamérica

Ecuador

Chávez Rivera, María Eulalia; Estrada2, Patricio
El Contexto social en el desarrollo del espíritu emprendedor de la mujer en el D.M. de Quito

CienciAmérica: Revista de Divulgación Científica de la
Universidad Tecnológica Indoamérica, vol. 8, núm. 1, 2019, -Junio
Universidad Tecnológica Indoamérica
Ecuador

DOI: <https://doi.org/>

- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



EL CONTEXTO SOCIAL EN EL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LA MUJER EN EL D.M. DE QUITO

*The social context in the development of the entrepreneurial spirit of women in
the D.M. Quito*

*O contexto social no desenvolvimento do Espírito Empreendedor das mulheres
da Div. de Quito*

María Eulalia Chávez Rivera¹  & Patricio Estrada² 

¹ Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK. Quito-
Ecuador. Correo: meulalia.chavez@uisek.edu.ec

² Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK. Quito-
Ecuador. Correo: mmestradas@yahoo.com

Fecha de recepción: 28 de Mayo de 2018

Fecha de aceptación: 2 de enero de 2019

RESUMEN

El emprendimiento de mujeres ha ido cobrando relevancia ante la comunidad académica y científica desde hace un poco más de 30 años, sin embargo, la mayoría de estudios abarcan aspectos internos de la intención emprendedora tales como los gustos y las percepciones buscando determinar lo que pasa en la mente del emprendedor o la emprendedora. **INTRODUCCIÓN.** Es fundamental conocer la influencia del entorno, validar la importancia del contexto en el que las mujeres se desenvuelven y su afectación positiva o negativa en su intención de emprender. **OBJETIVO.** Analizar los contextos a los que se enfrenta la mujer en su entorno en la ciudad de Quito D.M., y específicamente validar la influencia del contexto social en su decisión emprendedora. **MÉTODO.** Se utilizaron instrumentos de investigación cualitativa a través de entrevistas a mujeres emprendedoras y cuantitativa a través de encuestas en formato digital a mujeres fundadoras de empresas y gerentes de compañías de la ciudad de Quito. **RESULTADOS.** En la investigación se profundizó en las variables familia y redes dentro del contexto social. **DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.** Se concluyó que la familia influye positivamente en la decisión de emprender y que las redes de contacto son un factor preponderante en la población estudiada.

Palabras claves: emprendimiento, mujeres, contexto, social, familia, redes.

ABSTRACT

Women entrepreneurship has gained relevance to the academic and scientific community for a little more than 30 years, however most studies cover internal aspects of entrepreneurial intention, such as tastes, perceptions and what happens in the mind of the enterprising or the entrepreneur. **INTRODUCTION.** This is why it is important to know what happens with the environment, how the context in which women develop has a positive or negative influence on their intention to undertake. **OBJECTIVE.** This research analyzes the contexts faced by women in their environment in the city of Quito D.M., and specifically how the social context affects their entrepreneurial decision. **METHOD.** Qualitative research instruments were used through interviews with women entrepreneurs and quantitative through surveys in digital format to

women founders of companies and managers of companies in the city of Quito. RESULTS In the investigation, the variables family and networks within the social context were deepened. DISCUSSION AND CONCLUSIONS. It was concluded that the family has a positive influence on the decision to undertake and that contact networks are a very important factor in the population studied.

Keywords: entrepreneurship, women, context, social, family.

RESUMO

O empreendedorismo feminino ganhou relevância para a comunidade acadêmica e científica por um pouco mais de 30 anos, no entanto, a maioria dos estudos abrange aspectos internos da intenção empreendedora, tais como gostos, percepções e o que acontece na mente das pessoas. empreendedor ou empreendedora. INTRODUÇÃO É por isso que é importante saber o que acontece com o ambiente, como o contexto em que as mulheres se desenvolvem tem uma influência positiva ou negativa na sua intenção de empreender. OBJETIVO Esta pesquisa analisa os contextos enfrentados pelas mulheres em seu ambiente na cidade de Quito D.M. e, especificamente, como o contexto social afeta sua decisão empreendedora. MÉTODO Instrumentos de pesquisa qualitativa foram utilizados por meio de entrevistas com mulheres empreendedoras e quantitativas através de pesquisas em formato digital para mulheres fundadoras de empresas e gestores de empresas da cidade de Quito. RESULTADOS Na investigação, as variáveis família e redes dentro do contexto social foram aprofundadas. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES. Concluiu-se que a família tem influência positiva na decisão de empreender e que as redes de contato são um fator muito importante na população estudada.

Palavras-chave: empreendedorismo, mulheres, contexto, social, família.

INTRODUCCIÓN

Es imprescindible entender la importancia del emprendimiento femenino y como cada día han ido descubriéndose las razones que generan tal importancia [1], la tasa de autoempleo femenino ha ido en aumento, en su análisis comparativo entre los años 70's y 90's se puede notar una gran diferencia ya que en 1979, solo el 3,12% del total de mujeres económicamente activas trabajaba por cuenta propia, posteriormente en 1997, esto había aumentado a 6.76% [1] en la actualidad y más de 20 años después de dichos estudios, existen indicadores que toman en cuenta a este importante grupo de mujeres que emprende en el mundo. El Global Entrepreneurship Monitor conocido por sus siglas GEM, establece cada año estudios a nivel global, regional y por país, donde se mide el emprendimiento por género.

Si nos adentramos a la región donde se encuentra el Ecuador podemos observar indicadores proporcionados por el GEM [2] que validan la importancia mencionada, ya que en su reporte del 2016, las mujeres emprendedoras y que se auto-emplean en el Ecuador es del 47,91%, con negocios establecidos y funcionando; aunque la mayoría de estos negocios se hayan establecido por necesidad y sin oportunidad de crecimiento a corto y mediano plazo.

Muchos estudios en el mundo, desde la década de los años 20, se han centrado en validar el espíritu emprendedor del hombre y a estudiar sus características, su entorno, sus motivaciones y aspiraciones. Sin embargo, hace apenas 35 años que se empieza a investigar el importante rol de la mujer en el crecimiento de las economías mundiales a través de varias investigaciones donde se descifren las principales diferencias entre hombres y mujeres y, tal como lo destacan varios autores [3], dichos estudios abordan temáticas que van desde las diferencias en el acceso al crédito entre hombres y mujeres, las diferencias en los estilos de dirección, diferencias en los resultados de empresas dirigidas por personas de distinto género, entre otras.

Además, se habla de que existe menos dinero asignado por parte de los gobiernos a aportar el emprendimiento de mujeres, eso sin considerar que en economías tan importantes como la de Estados Unidos de Norteamérica, las mujeres son dueñas de un 30% de empresas y tienen un 50% de participación en un 46% de empresas. Además, estas autoras señalan que las emprendedoras han aportado con innovación, generación de empleo y riqueza a la economía de ese importante país [4].

Aunque en la actualidad el tema del emprendimiento de mujeres ha despertado interés por una creciente comunidad científica y académica, existe la tendencia a sobre dimensionar los factores internos y dejar de lado los factores externos como el contexto. Y es que el contexto es importante para entender cuándo, cómo y por qué ocurre el espíritu empresarial y quién se involucra [5]. En otras palabras, el contexto está dado por los factores externos que pueden afectar positiva o negativamente al desarrollo del espíritu emprendedor. Otros autores, explican que existe una multiplicidad de contextos a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras, entre ellos destaca a los siguientes como los de mayor influencia, que son el contexto de negocios, contexto social, contexto espacial y contexto institucional [6].

En esta investigación, se ha hecho un análisis empírico, basado en la relevancia que la mujer emprendedora ecuatoriana y específicamente la mujer de Quito le daría a cada uno de los contextos, por lo que en función de esto, se estableció el contexto social como un factor determinante a la hora de emprender por parte de la mujer quiteña, sin restar importancia a los otros contextos que deberían ser estudiados en futuras investigaciones.

Algunas investigaciones, se enfocan en diferentes tipos de contextos [7], explican la influencia de las variables Socioambientales, tales como: *Redes y modelos a seguir* ya que de acuerdo a Aldrich [8], las redes o el capital social de mujeres se configuran en espacios familiares, de trabajo y de vida social. Otras investigaciones [8], señalan que la posición de la mujer dentro de su comunidad es importante, porque afecta su capacidad de conservar modelos de conducta y adquirir recursos. En la figura 1, se detallan las variables socioambientales.



Figura 1. Variables socioambientales [7].

Por su parte, Welter incluye las redes como parte del contexto social de la mujer emprendedora [5] y, los Modelos a seguir están en relación a si las mujeres que deciden emprender lo hicieron por que conocieron a otra emprendedora. Además [9] cita a Freud quien en 1933 determinó que en el proceso de formación de la personalidad de un individuo un factor fundamental es la identificación con otras personas como modelos de referencia. Es por ello que los modelos a seguir o modelos de referencia se han convertido en un factor influyente en dicho proceso. De acuerdo al reporte del GEM del año 2004, las emprendedoras dijeron haber conocido a otros emprendedores antes de iniciar su negocio en un 35% en países con ingresos altos [7].

El Hogar y familia son parte del contexto socioambiental que implica [7] [10] el papel tradicionalmente desempeñado por las mujeres, como una de las consideraciones más importantes que influyen en sus decisiones, ya que, la mujer ha

sido encargada históricamente de la crianza de los hijos como parte de su rol en la familia [11]. La variable familia dentro del contexto emprendedor también cobra validez por algunos autores [11] que señalan que emprender les da a las mujeres la oportunidad de controlar su situación profesional y personal.

Es por esto, que el objetivo de la investigación, es conocer la influencia del contexto social en el desarrollo del espíritu emprendedor de la mujer quiteña, la misma que se abordó desde dos variables específicas: la familia y las redes y modelos a seguir. En la figura 2 se observa el modelo de investigación:

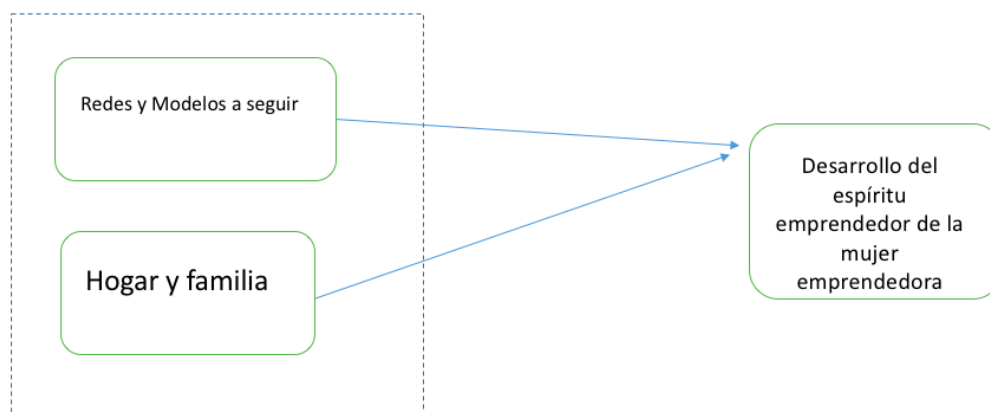


Figura 2. Modelo de la investigación.

MÉTODO

Muestra

Para esta investigación, se utilizó la base de datos de la Superintendencia de Compañías y Seguros, que contiene la información de las compañías registradas hasta el 2017, que son un total de 21.968 empresas activas. Se hizo una distinción de empresas dirigidas por mujeres y por hombres, seleccionando como población objeto de estudio a las empresas gerenciadas por mujeres. En la Tabla 1 se observa la población desagregada por los sectores económicos objeto de estudio:

Tabla 1. Población desagregada por sectores económicos donde la mujer tiene valores más representativos

SECTOR	# de empresas gerenciadas por mujeres
Comercio al por menor y mayor	1.444
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.080
Enseñanza	157
TOTAL	2.681

Clave. Compañías registradas en Superintendencia de Compañías y Seguros, 2017.

En función a las 2.681 empresas representadas legalmente por mujeres, se procedió a establecer la muestra de la investigación, con 66 emprendedoras de la

ciudad de Quito. Esta muestra, se utilizó para aplicar las encuestas. Para las entrevistas, se trabajó con 15 mujeres emprendedoras participantes de un programa de emprendimiento estatal.

Normas éticas de investigación

Las encuestas, fueron enviadas en formato digital, por lo que las emprendedoras fueron quienes respondieron voluntariamente al cuestionario enviado a sus correos electrónicos; mientras que, para las entrevistas, cada una de las mujeres entrevistadas firmaron un formulario de consentimiento informado para presentar los datos relevantes de la investigación.

Instrumentos

Para la realización de la investigación cuantitativa, se utilizó una encuesta virtual a través de google forms. Las preguntas de la encuesta fueron validadas teóricamente en función de la importancia de la familia en el contexto emprendedor de la mujer, de acuerdo a varios autores citados en la introducción de este artículo. En el caso de la investigación cualitativa, el guión de la entrevista nos llevó a determinar factores del contexto de los que influyen en el espíritu emprendedor; para el presente artículo, se han esquematizado únicamente los relacionados al contexto social.

Técnicas de análisis de datos

En esta investigación, se utilizó un análisis de visualización de datos, el mismo que sirvió para posterior a la gráfica de resultados identificar patrones comunes en el caso de la investigación cualitativa y cuantitativa, a pesar de tratar con dos muestras diferentes.

Procedimiento

En el caso de la encuesta, la primera pregunta fue de control con el fin de determinar si las gerentes de las compañías de la base de datos establecida, eran o no fundadoras de las empresas, en función de que quien funda una empresa es quien emprende, de ser así podían continuar con la encuesta. Posteriormente, las preguntas buscaban determinar si las mujeres obtuvieron el apoyo de su familia o no, cuando decidieron emprender, qué tan importante era el consentimiento de su familia en la decisión de emprender y qué tipo de apoyo fue el que recibieron, en el caso de tenerlo. Para realizar las entrevistas se citaron a las mujeres que iniciaron su negocio, aprovecharon una oportunidad y pusieron sus recursos para la creación de una empresa. Las escogidas fueron mujeres que participan frecuentemente en programas de capacitación que brindan entidades públicas de la ciudad, que constan en bases de datos de las entidades patrocinadoras de dichas capacitaciones, quienes respondieron a las preguntas en un lapso de 45 minutos, donde abiertamente conversamos de acuerdo al guión de preguntas sobre los contextos a los que se enfrenta la mujer emprendedora de Quito.

RESULTADOS

Entre los principales resultados se puede señalar que la mayoría de mujeres entrevistadas señaló haber tenido el apoyo de su familia, tal como lo evidencia la participante, quien muestra su emprendimiento en la figura 3 y presenta sus comentarios:



Figura 3. Participante de la investigación con su emprendimiento.

“Fue fundamental el apoyo de mi familia propia y de mi familia de origen”.
Participante Emprendedora de pañales ecológicos

Para otra participante:
“Definitivamente, el apoyo fue en todo aspecto. La mujer quiere ser reconocida, somos más activas por nuestra naturaleza”.

Para otra de las entrevistadas:
“La familia es el mayor aliciente para continuar con mi emprendimiento”.

Para el 86,40% de las mujeres de la muestra, la familia de origen y la familia que han formado, las ha motivado y apoyado, además ha estado presente desde el inicio de su emprendimiento. Mientras que, para el porcentaje restante, fue difícil obtener la aprobación de su familia en la decisión de emprender, principalmente de sus padres y particularmente cuando la decisión de iniciar su negocio estaba en función de abandonar un trabajo estable. El 78,57% de las entrevistadas también señalaron que sintieron la motivación de emprender porque quieren brindarle atención a sus hijos y a su propia familia.

En cuanto a los resultados de la encuesta, no difieren en gran medida de los resultados de la entrevista, lo que podemos observar en la tabla 2:

Tabla 2. Resultados de la encuesta a mujeres emprendedoras

Datos relevantes	Valores
Mujeres encuestadas	40 – 50 años de edad
Estado civil (casadas)	65,2%
Número de hijos (más de 1)	78,8%
La familia influyó positivamente en su decisión de emprender	86,45%
Recibieron apoyo moral para emprender	57,6%

Emprendió por auto-emplearse y ser dueña de su propio tiempo	38,5%
Conocía a una mujer emprendedora	65,2%

Clave. Factores relevantes variables investigadas. Investigación de campo¹².

Tal como se observa en la tabla 2, la familia influye positivamente en el desarrollo del espíritu emprendedor de las mujeres empresarias, objeto de estudio en la investigación. Además, el hecho de conocer a una mujer emprendedora no solo es motivante, sino que sirve para despejar dudas que pudieron surgir al momento de emprender. Las entrevistas, pertenecen a distintas redes, que se han formado luego de participar en programas de capacitación y que de cierta forma les ayuda a mantenerse actualizadas en aspectos en las que no se consideran fuertes, donde la mayoría expresó que sería en el ámbito del marketing. En la investigación, además se estuvo de cerca presente en redes de Mujeres Emprendedoras que funcionan de manera particular en la ciudad de Quito y en una de las cuales luego de un desayuno, las emprendedoras pueden capacitarse en distintos temas de interés, tales como: aspectos legales y comerciales de su quehacer empresarial; pero sobre todo les sirve de enlace para crear redes de contactos llamadas “networking”.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El estudio del contexto, en el que se desarrolla el emprendimiento de mujeres, requiere de un enfoque multidisciplinar y requiere de investigación cualitativa y cuantitativa [5]. En la investigación realizada, se pudo determinar a través de entrevistas y encuestas, que existe un vacío en la ciencia en cuanto a determinar los factores del contexto que pueden afectar a la mujer ecuatoriana, la mayoría de estudios se enfocan en Europa y Estados Unidos. Tal como lo sugiere Welter [5] los contextos deben adaptarse al entorno en el cual se desarrolla la mujer emprendedora, si bien es cierto varios autores ya han determinado los factores que rodean a la intención emprendedora de la mujer, éstos no consideran aspectos importantes de la mujer latina, entre ellos la calidez de su carácter y el lugar preponderante que la mujer le otorga a la familia. Es por esto que a diferencia de lo que pasa en otros países [3] e incluso en otras ciudades del Ecuador, en Quito la mayoría de empresarias sienten que tuvieron el apoyo de su familia al momento de decidir emprender, lo mismo que sucede en países como China donde un entorno familiar amistoso está positivamente relacionado al éxito de las nuevas empresas [13], y como lo recomiendan [3] es importante examinar el grado de consulta a los miembros de la familia. Contrastando resultados y aplicando las recomendaciones de los autores se puede concluir que, en Quito, la mayoría de mujeres emprende por tener su propio tiempo y cuidar del bienestar de la familia que han formado.

Es por esto que se recomienda ampliar la investigación en función de la teoría institucional, para determinar aspectos del contexto institucional que podrían influir positiva o negativamente al crecimiento de los negocios establecidos por mujeres empresarias, considerando que el apoyo por parte de instituciones tanto públicas como privadas es un aspecto que aún queda faltando en el Ecuador, a decir de la población objeto de estudio.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Esta investigación forma parte del proyecto de investigación: “Estudio de las condiciones del emprendimiento de mujeres en Quito”, financiado por la Universidad Internacional SEK del Ecuador.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERÉS

Los autores declaramos la no existencia de conflicto de intereses en esta investigación.

APORTE DEL ARTÍCULO EN LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Este artículo aporta en la problemática de determinar la influencia del contexto social en el desarrollo del espíritu emprendedor, puede servir como fuente de inspiración para mujeres que desean iniciar su propia empresa o como fuente de consulta para investigadores en el área de las ciencias sociales, la psicología, la administración, entre otras.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE CADA AUTOR

La autora principal María Eulalia Chávez, se encargó de la investigación documental, la redacción del artículo y la investigación de campo, el co autor Patricio Estrada, colaboró con la investigación de campo y el establecimiento de resultados como parte de su trabajo de fin de Master en la maestría en Administración de Negocios.

AGRADECIMIENTOS

Agradecimiento especial a Katherine Moreno y a Daniela Ugazzi, representantes del Programa Mujeres Emprendiendo con éxito de CONQUITO.

REFERENCIAS

- [1] S. Carter, S. Anderson & E. Shaw. Womens Business Ownership: A review of academic, popular and internet literature, Report to the Small Business Service, University of Strathclyde, Glasgow, UK, 2001.
- [2] V. Lasio, G. Caicedo, X. Ordeñana, A. Samaniego, Global Entrepreneurship Monitor 2016, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador, 2017.
- [3] J. Jennings & C. Brush, Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?. Academy of Management, pp. 661-713, 2013.
- [4] A. Bruin, C. Brush, F. Welter, Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, pp. 585-593, 2006.
- [5] F. Welter, Contextualizing Entrepreneurship: Conceptual Challenges. Entrepreneurship Theory and Practice, pp. 165 – 184, 2011.
- [6] C. Stayaert & J. Katz, Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. Entrepreneurship & regional development, vol.16, núm.3, pp. 179-196, 2004.
- [7] M. Minniti, Gender Issues in Entrepreneurship. Foundations and Trends in Entrepreneurship, vol. 5, núm. 7 -8, pp. 497-621, 2009.
- [8] H. Aldrich & M. Fiol, Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation. Academy of Management Review, Vol. 19, No. 4, pp. 645-670, 1994.
- [9] E. Gómez-Araujo, E. Lafuente, Y. Vaillant & L. Gómez, El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. Revista Innovar Journal, vol. 25, núm. 57, pp. 157-174.
- [10] R. Parker, Governance and the entrepreneurial economy: a comparative analysis of three regions. Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 32 núm. 5, pp. 833-54.

- [11] S. Marlow & D. Patton, All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 29, pp. 717-735, 2005.
- [12] P. Estrada. “El contexto social en el desarrollo del espíritu emprendedor y su incidencia en el empoderamiento de la mujer en el Distrito Metropolitano de Quito”, Tesis de maestría, Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Internacional SEK, Quito, 2018.
- [13] S. Lin, E. Rogoff, C. Foo & X. Liu. The effect of entrepreneurial context on the performance of new ventures. *Chinese Management Studies*, pp. 197-220, 2015.

NOTA BIOGRÁFICA



María Eulalia Chávez Rivera. ORCID ID. <https://orcid.org/0000-0003-3111-7335>. Docente investigadora de la Universidad Internacional SEK, Jefe de Proyecto de investigación; cursando doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Granada, España; líneas de investigación: emprendimiento de mujeres, comportamiento del consumidor, mercadotecnia; formación de pregrado y postgrado en Marketing y administración; experiencia en consultoría.



Patricio Estrada Sánchez. ORCID ID. <https://orcid.org/0000-0001-9465-2111>. Agrónomo de la Escuela Agrícola Panamericana El Zamorano. Ingeniero Comercial de la Universidad del Pacífico, Escuela de Negocios, con un MBA de la Universidad Internacional SEK del Ecuador en Administración de Negocios. Integrante equipo auditor Proyectos Emblemáticos 2018.



Esta obra está sujeta a la Licencia Reconocimiento-SinObraDerivada 4.0 Internacional de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/> o envíe una carta Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.