



## CARTA DE ACEPTACIÓN CIITC 2016 – Track 1

Notificación Artículo ID: 43

Título: "Impact of participation of women from Quito in entrepreneurship virtual services"

Sangolquí, 13 de octubre del 2016

Estimados(as)

Maria Eulalia Chávez Rivera,  
Juan Carlos Viera Velasco,  
Carmen Amelia Coral Guerrero

Vía email: [meulalia.chavez@uisek.edu.ec](mailto:meulalia.chavez@uisek.edu.ec), [juan.viera@uisek.edu.ec](mailto:juan.viera@uisek.edu.ec), [carmen\\_coral@uisek.edu.ec](mailto:carmen_coral@uisek.edu.ec)

En nombre del Comité Editorial del Congreso de Innovación y Transferencia de Conocimiento ESPE 2016 – CIIT 2016, nos complace comunicarle que luego del proceso de revisión de la versión final de su artículo titulado: "*Impact of participation of women from Quito in entrepreneurship virtual services*", ha sido aceptado para PRESENTACIÓN ORAL en el Track 1: Emprendimiento y Pymes. Y para publicación en la edición especial de la Revista YURA, en el mes de enero de 2017.

El CIIT se desarrollará del 25 al 27 de octubre de 2016 en las instalaciones del Instituto Geográfico Militar, en la ciudad de Quito. La presentación de su ponencia está programada para el día **jueves 27 de octubre** de 2016, desde las **14H30 hasta las 15H00**, durante la Sesión: Emprendimiento y Pymes.

Reiteramos nuestros agradecimientos por su participación, la cual eleva la calidad del evento

Atentamente,

Zlata Borsic, PhD <sup>(C)</sup>  
Editor CIITC Track 1: Emprendimiento y Pymes  
E-mail: [zdborsic@espe.edu.ec](mailto:zdborsic@espe.edu.ec)



# Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica ISSN: 1390-938x

Nº Elija un elemento.: Elija un elemento.

“Caracterización del rol de la mujer quiteña en emprendimientos de servicios virtuales”

pp. Espacio para editor

Chávez Rivera, María Eulalia; Coral Guerrero, Carmen Amelia.

Universidad Internacional SEK

Quito - Ecuador

meulalia.chavez@uisek.edu.ec



Chávez Rivera, María Eulalia; Coral Guerrero, Carmen Amelia.

*Caracterización del Rol de la mujer quiteña en emprendimientos de servicios virtuales*

*Chávez Rivera, María Eulalia; Coral Guerrero, Carmen Amelia*

*Universidad Internacional SEK*

*meulalia.chavez@uisek.edu.ec*

## Resumen

1

El emprendimiento surge como una necesidad de auto realización del ser humano, propio de su naturaleza, que ha ido cobrando fuerza a través de los años, fruto de la educación y del desarrollo de habilidades en muchos casos innatas. Al analizar el impacto del género en esta área se observa que la mujer en el campo de los negocios ha jugado un papel fundamental al tener un tacto natural y una capacidad de desarrollar varias actividades a la vez, lo que la hace multifuncional; cabe señalar que existe aún en nuestro país una marcada discriminación de género, al considerar que la mujer no está capacitada para realizar actividades profesionales de manera similar al de sus pares hombres, situación que ha llevado a muchas mujeres a iniciar su propio negocio. El presente artículo, tiene como objetivo caracterizar la respuesta de la población quiteña a los emprendimientos de servicios, ofrecidos por mujeres en el ámbito virtual desde una valoración de los casos exitosos en nuestro país y otros países de Latinoamérica.

## Palabras clave

Emprendimiento, virtual, mujer, servicios, estrategias.

## Abstract

Entrepreneurship is a need of self-realization of human beings, in their nature, which has been gaining strength through the years, the fruit of education and skills development in many cases innate. In analyzing the impact of gender, it is observed that women in the field of business has played a key role in having a natural touch and an ability to develop several activities at once, making it multifunctional; however, still exists in our country a marked gender discrimination, considering that woman is not able to perform professional activities similar to their male counterparts, a situation that has led many women to start their own business. This article aims to characterize the response of the population to enterprises quiteña services offered by women in the virtual environment from an assessment of the success stories in our country and other Latin American countries.

## Keywords

Entrepreneurship, virtual, woman, services, strategies

## Introducción

La Real Academia de la Lengua Española define al emprendimiento como: “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. (RAE)

Es importante analizar por qué se incluye al peligro o la dificultad en la definición de emprender, y es que quienes emprenden se lanzan a la incertidumbre de no saber si su negocio será o no aceptado por la sociedad, si el capital que se ha invertido tendrá o no sus frutos o si es que la comodidad de un trabajo fijo generará las satisfacciones que esperan, sin embargo, en la actualidad existen varias herramientas administrativas y comerciales que han sido diseñadas para disminuir la incertidumbre y darnos cifras muy acertadas sobre la aceptación de una u otra idea de negocio; entre las más usadas están la investigación de mercados que, bien utilizada, nos proporciona una idea adecuada de cuáles son los niveles de aceptación de un producto o servicio en un segmento o en un mercado objetivo.

En América Latina y el mundo, son varias las mujeres que ostentan el título de líderes políticas y gubernamentales. Han pasado ya algunos meses desde que Hilary Clinton hizo historia en la política de los Estados Unidos al ser la primera mujer en postularse a la presidencia del país más poderoso del mundo. Tras conocer de su triunfo en las primarias por el partido demócrata, Hillary intervino por sorpresa a través de una conexión de vídeo desde Nueva York que duró unos segundos. "Puede que me convierta en la primera presidenta de Estados Unidos" - dijo dirigiéndose a las niñas que estuvieran escuchándola. “Pero la próxima puedes ser tú”, expresó en su mensaje. (elmundo.es, 2016).

Personajes tan importantes en la vida política de un país están cambiando la forma de pensar de cientos, miles y millones de niñas y jovencitas en el mundo, a través de un mensaje tan claro como el de “tú puedes hacerlo”, cambiando la perspectiva del rol de la mujer.

De acuerdo a Krishnan y Parson (2007), quienes analizan los resultados de un estudio en más de 500 empresas en los Estados Unidos, realizado por Forbes, en el cual se pudo comparar la evolución de los resultados empresariales entre los años 1996 y 2000, las compañías con más mujeres en la alta dirección obtienen mayores retornos en comparación con aquellas con menores proporciones de mujeres en la dirección ejecutiva.

Por su parte, García C. (2016) afirma que “las empresas que operan en entornos complejos y que tienen una alta proporción de mujeres en la alta dirección han experimentado rendimientos anormales mensuales positivos y significativos.”

Actualmente, a nivel mundial se encuentran varios ejemplos del liderazgo de la mujer y mucho más en el ámbito empresarial, donde las mujeres han ganado sus espacios en compañías a nivel internacional, tales como: Ginni Rometti, CEO de IBM, Indra Nooyi, presidenta y CEO de PepsiCo., o Marissa Meyer, CEO de Yahoo; como ellas, muchas otras se están desarrollando en funciones directivas en muchas de las mejores empresas del mundo.

A nivel de Latinoamérica, sin embargo, aún existen tabús acerca de ubicar a las mujeres en espacios directivos, y es que eso ha llevado a que muchas, ávidas de crecimiento profesional, vean cristalizadas sus aspiraciones directivas con la creación de sus propios emprendimientos, lo que ha traído consigo el crecimiento de muchas economías.

En el Ecuador y en el caso concreto de Quito, anualmente, la oficina de Promoción Económica y Social del Municipio de Quito, CONQUITO, desarrolla programas de capacitación a emprendedores, contando con varios programas que se dedican a la formación de mujeres emprendedoras en distintas áreas, de acuerdo a Santiago Ruales, Director de Emprendimiento de CONQUITO, estos programas reúnen a mujeres de todas las edades y de toda condición social; sin embargo, son las personas con más bajos recursos las más interesadas en participar de los programas.

Según cifras del Global Entrepreneurship Monitor (2013) en Ecuador entre el 2012 y el 2013 se observó un incremento de diez puntos porcentuales alcanzando, un 36% en la actividad emprendedora temprana - TEA.

Este mismo organismo en su informe del 2013, presenta cifras que señalan:

“Como en años anteriores los emprendedores motivados por la oportunidad (63%) exceden a aquellos motivados por la necesidad (36.7%) sin embargo, este grupo de emprendedores por oportunidad incluye a quienes iniciaron su negocio siguiendo una oportunidad en el mercado para mejorar sus condiciones laborales (ya sea por incremento de ingresos o para independizarse) –denominada oportunidad de mejora- y a quienes, a pesar de haber reconocido una oportunidad, también estuvieron motivados por necesidad –denominada motivación mixta, analizando estos dos grupos vemos que en consecuencia sólo un 33.2% emprendieron por oportunidad de mejora y un 30.2% por motivaciones mixtas, a pesar del sustancial incremento en la TEA registrado en el 2013, su composición, según la motivación del emprendedor, no ha variado de forma importante en comparación al 2012 “ (Global Entrepreneurship Monitor, 2013).

Tabla # 1: Composición de la edad emprendedora temprana (TEA) por motivación:

Tipo de motivación	Porcentaje
Oportunidad de mejora	33%
Necesidad o mantener ingresos	37%
Motivación mixta	30%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2013)

Elaborado: Autoras

5

Del cuadro anterior se puede inferir que las motivaciones para emprender son varias, sin embargo se observa que la principal motivación de las personas está en la oportunidad de mejora y sobre estas oportunidades se ha hecho énfasis en aquellas que pueden aprovechar las mujeres en el ámbito del emprendimiento.

En Ecuador se encuentra la tasa más alta en Latinoamérica en lo que respecta a la actividad emprendedora temprana TEA con un total de 39,98% en hombres y de 32,62% en mujeres, tal como se puede visualizar en la tabla #2, las mujeres están apenas un 7% más abajo en el índice señalado.

Tabla # 2: Actividad emprendedora según sexo para la región.

País	TEA Hombres (%)	TEA Mujeres (%)
Argentina	19.20	12.90
Brasil	17.19	17.42
Chile	29.97	18.96
Colombia	30.49	17.33
<b>Ecuador</b>	<b>39.48</b>	<b>32.62</b>
Guatemala	14.36	10.52
México	16.84	12.98
Panamá	23.84	17.41
Perú	27.29	19.60
Uruguay	19.70	9.02

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2013)

Elaborado: Autores

Se observa que la diferencia es muy poca en emprendimientos masculinos y femeninos, sin embargo, algunas mujeres aún no emprenden y esto suele guardar relación con la inversión y las oportunidades de financiamiento que en épocas como ésta, se presentan escasas. Es por ello que las nuevas TIC's se presentan como la tabla de salvación de quienes tienen esta expectativa natural de emprender y no cuentan con los recursos físicos y económicos que una empresa requiere.

El uso de redes sociales es, sin duda en la actualidad no es una actividad ajena a los emprendimientos, el uso adecuado puede hacer la diferencia en el crecimiento a corto y mediano plazo, para lo cual las personas que se encuentren manejando estas redes deberán preocuparse del contenido que publican, que debe tener una gran relevancia hacia el público objetivo al cual se está dirigiendo, sino también el seguimiento y la retroalimentación respectiva que se da, invitándole a que el usuario participe y ayude en la promoción.

Algunos autores manifiestan que los intercambios de los usuarios afectan la confianza (Bahbouhi, J.E., Moussa, Najem, 2016), ya que permite la interactividad con otros usuarios que a menudo son desconocidos o que genera desconocimiento.

La actividad en redes sociales proporciona a los usuarios información necesaria acerca de los productos que desean adquirir o que en su defecto se encuentran ya utilizando, (Löfstedt, U.a, y Holmberg, S.C.b, 2016). Lamentablemente, estos usuarios se vuelven pasivos pues solo se remiten a obtener información y en pocas ocasiones realizan una retroalimentación efectiva.

La formación de los hábitos de compra en línea se debe en gran manera al gigantesco aumento de sitios de comercio electrónico, de esta manera se puede observar un creciente número de comportamientos de los consumidores en línea, (Zeng, X., Liu, Q., Zhao, H., Xu, T., Wang, Y., Chen, E., 2016), un ejemplo: al realizar clic en algún determinado dato, después de esto los sitios predicen las decisiones de consumo, en este sentido los emprendimientos deberán conocer las distintas formas de compra y sus preferencias, ventajosamente en las TIC's existen varias herramientas que pueden ayudar a que esta tarea se la realice de una manera mucho más sencilla, es muy importante conocer cuáles son las preferencias de los usuarios y en función de esto inclusive se puede lanzar ciertas promociones que se hagan interesantes para los consumidores incitándoles a que compren, inclusive estas invitaciones a los consumidores se deben realizar en las redes sociales donde los usuarios aparte de retroalimentar también pueden

ayudar a compartir, pero debemos tener mucho cuidado en el contenido que se publica ya que si no es de interés o de alguna manera algún usuario se siente molesto, también puede compartir y esto sería un punto negativo para la promoción de dicho producto o servicio y por supuesto también para el emprendimiento.

7 En un enfoque económico del comercio electrónico se resalta un alto potencial de crecimiento que los negocios en línea producen, para lo cual se debe tomar en cuenta la edad, tamaño, e innovación del emprendimiento hacia el comercio electrónico, estos factores son importantes el momento que se vaya a tomar la decisión de cómo va a funcionar el negocio que se ha planteado. (Fernández-Portillo, A., Sánchez-Escobedo, M.C., Jiménez-Naranjo, H.V., HernándezMogollón, R., 2015). El comercio electrónico en Ecuador aún tiene mucho que aprender y mucho camino por recorrer, los emprendedores deben tener una idea clara de que es lo que desean revolucionar, basarse en la disrupción así como lo han hecho los gigantes de la industria del comercio electrónico como Netflix, Spotify entre otros, esto invita a pensar en ciertos negocios que son tradicionales y se pueden transformar e innovar.

Esta investigación pretende dar a conocer la oportunidad que tiene la población de aprovechar las TIC's para emprender, pero sobre todo busca caracterizar los emprendimientos femeninos, considerando los múltiples roles que la mujer debe cumplir como profesional, esposa y madre.



## Materiales y Métodos

El método de investigación realizada es de tipo inductivo deductivo, empleando el modelo de investigación mixta (cualitativa y cuantitativa), a través de la utilización de herramientas cuantitativas con la aplicación de encuestas a una muestra de 68 personas sin distinción de género. Para esto se diseñaron los siguientes instrumentos:

Se utilizó un cuestionario “FORMULARIO DE ENCUESTA”, (ver anexo 1), el cual se compone de 3 partes: Datos personales, estudios, información laboral y preguntas de respuesta abierta sobre las razones de la actitud emprendedora de las mujeres en la ciudad de Quito, seguida por los emprendimientos virtuales, la finalidad de la última pregunta era validar si el país se encuentra preparado para los emprendimientos, por ello el cuestionario mide lo siguiente:

Actitud emprendedora en las mujeres: características relativas a la curiosidad en todo lo referente a las infraestructuras de negocio, principalmente en lo relacionado a cómo funcionan los procesos, cuáles son sus características, quiénes son sus actores más relevantes, etcétera. En el formulario de encuesta relacionado con las preguntas 1, 2,3 y 4.

Emprendimientos virtuales: características relacionadas a aquellas empresas que utilizan medios no convencionales para relacionarse con sus clientes tales como el Internet, computación, comunicación interactiva, marketing on-line, logística de envío y teletrabajo. En la investigación relacionado con las preguntas 5, 6, 7 y 8.

Condiciones del mercado: relacionada directamente con la pregunta 9, en la que se pregunta a los encuestados si cree que Ecuador esta preparado para el mundo virtual, con el fin de identificar los desafíos en materia de emprendimiento para el país.

En la metodología de investigación se usaron herramientas cualitativas la que es utilizada principalmente en las ciencias sociales y se basa en los principios de la fenomenología, la hermenéutica y la interacción social (Briones, 1995), se realizaron entrevistas a profundidad a empresarias y expertos en el tema, ya que la entrevista es una excelente técnica para obtener información fundamental como pieza de la interacción social (Suárez, 2001). El proceso de entrevista tuvo una serie de preguntas para obtener información adicional acerca del sujeto en cuestión lo cual es sugerido por Kelinger (1983). Las entrevistas empezaron con preguntas amplias y gradualmente involucran aspectos específicos de interés en el ámbito del emprendimiento. La investigación cualitativa se realizó en 3 fases:

1.- Fuentes indirectas: Información documental que fue recogida de las siguientes fuentes: Oficina de Promoción Económica y Social del Municipio de Quito (CONQUITO), la oficina de las Naciones Unidas ONU mujeres Ecuador; el Fondo de Población de las Naciones Unidas UNFPA Ecuador, la Escuela Politécnica del Litoral, encargada de presentar los resultados de la investigación Global Entrepreneurship Monitor en Ecuador.

2.- Fuentes directas: entrevistas individuales semi estructuradas se realizaron con 5 participantes.

3.- Un análisis de las respuestas de los entrevistados en relación con el emprendimiento de mujeres en Quito en servicios virtuales.

### **POBLACIÓN Y MUESTRA:**

La población de esta investigación está conformada por personas de la ciudad de Quito, de las parroquias del sector norte entre las que se ubican aquellas que están en la administración zonal La Delicia con 364.104 habitantes y la administración zonal de Calderón con 162.915 habitantes, según datos del Plan de Desarrollo 2012 -2022 del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2010). Dándonos una población total de 527.019 personas.

Se utilizó la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra para poblaciones finitas propuesto por Morillas, 2010:

$$n = \frac{Nz_{1-\alpha/2}^2 pq}{(N-1)\epsilon^2 + z_{1-\alpha/2}^2 pq}$$

Reemplazando los valores para el cálculo de la muestra se utilizó un nivel de confianza del 90% y un porcentaje de error del 10%, considerando el grado de dispersión poblacional de las zonas indicadas y que dicha población no está discriminando edades. Para identificar cuáles serían los sujetos a quienes se aplicaría la encuesta, se aplicó el método de muestreo de juicio u opinión, llegando a realizar el 20% de las mismas a través de una plataforma virtual y el 80% restante en físico asignando un número determinado de encuestas dependiendo del grado de concentración poblacional de las distintas parroquias que componen las administraciones zonales de La Delicia y Calderon.

## Resultados

### Resultados de la investigación cualitativa:

#### Entrevistas con expertos:

3 Se realizan cinco entrevistas semi estructuradas con expertos que nos permiten profundizar otros aspectos que de manera cuantitativa son generales y que a través de las entrevistas se fortalecen o debilitan lo representado por los encuestados. Para garantizar la veracidad y confiabilidad de las entrevistas, las mismas se realizan con carácter anónimo y se determinarán con las letras a, b, c, d, e. Los cinco entrevistados corresponde el 60% mujeres y el 40% hombres, teniendo en cuenta que nuestro objeto de investigación son las mujeres quiteñas.

Los expertos en emprendimiento en línea, en su mayoría, manifiestan que éstas herramientas se están expandiendo ampliamente entre la población joven de Quito y con mayor rapidez entre las clases media y alta, debido a la facilidad con la que operan y la confiabilidad que las herramientas de ventas tales como páginas web, y redes sociales como instagram, facebook, entre otras.

Por su parte, los entrevistados b y d coinciden en afirmar que “culturalmente no se encuentran preparados para dar el paso de emprender a través de las plataformas en línea”, pero que la necesidad de innovar y cambiar les hicieron explorar nuevos escenarios sin utilizar mayores recursos, de manera que les permitan obtener resultados en el corto y mediano plazo, lo que confirma que lo encontrado en las encuestas se ratifica por parte de los expertos.

Uno de los principales obstáculos que se encuentran al momento de emprender es la “falta de información y capacitación, así como de manejo de herramientas y manejo de aplicaciones” manifiesta el entrevistado e, mientras que el entrevistado a, afirma en contradicción que “falta capital semilla o inversionistas que puedan apoyar los nuevos emprendimientos”.

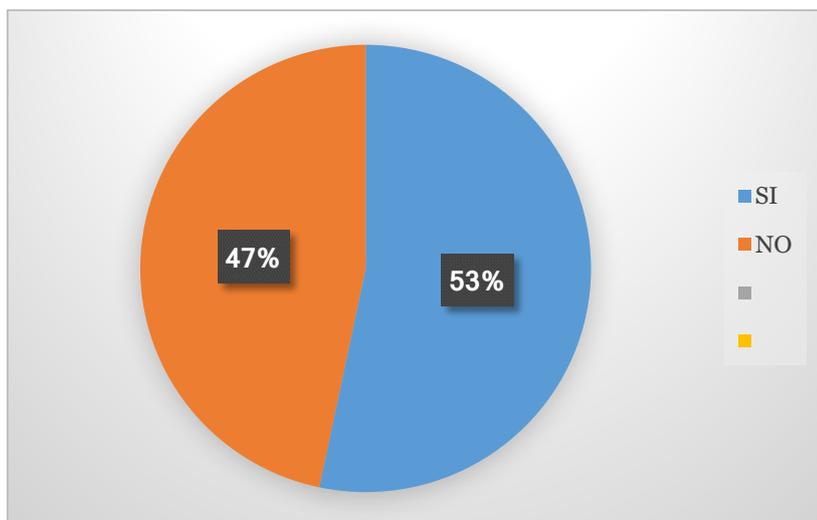
El experto d, afirma que como reto de los nuevos emprendimientos se encuentra el “conjugar una mezcla apropiada de capital y conocimiento, que permitan desarrollar herramientas apropiadas para la comercialización de productos de manera ágil y efectiva, y que uno de los principales desafíos es el desarrollo de un marketing adecuado para llegar al mercado meta”.

Los entrevistados coinciden en afirmar que las mujeres están altamente capacitadas para desarrollar y administrar emprendimientos de base tecnológica, dados los roles que las mujeres desempeñan actualmente, lo que podría mejorar su calidad de vida en cuanto, las emprendedoras podrían manejar su propio tiempo.

### Resultados de la investigación cuantitativa:

El nivel de aceptación de los emprendimientos femeninos es grande en la población, considerando que existe la percepción de que la mujer necesita de apoyo y por lo tanto son las mismas mujeres quienes las apoyan:

Gráfico #1: ¿Está de acuerdo con el emprendimiento femenino, o apoyaría un emprendimiento femenino?

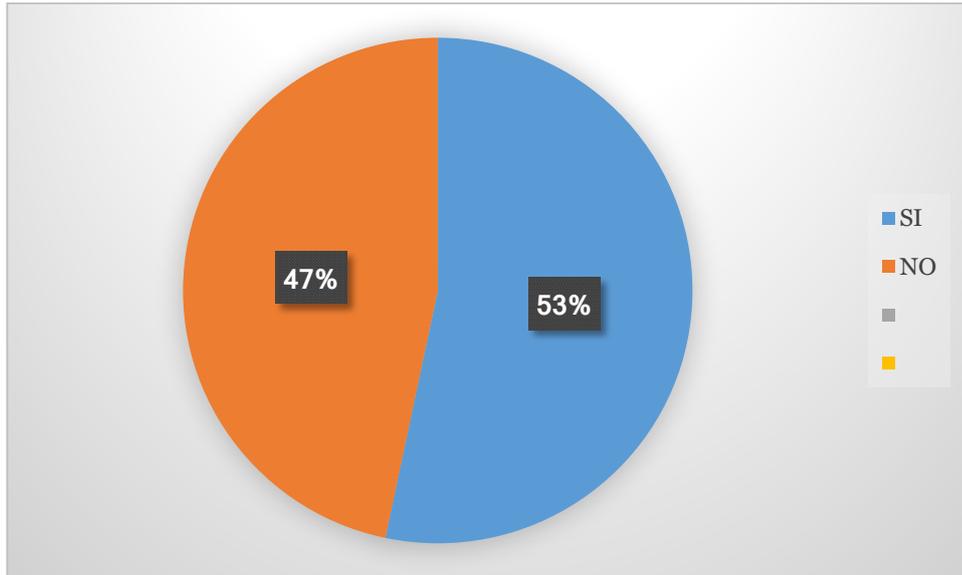


Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: autores.

Siguiendo con la encuesta se pidió a población que ayudara a conocer qué áreas se convertirían en oportunidades de mercado para las mujeres emprendedoras, obteniendo los siguientes resultados:

Gráfico # 2: Áreas de emprendimiento.

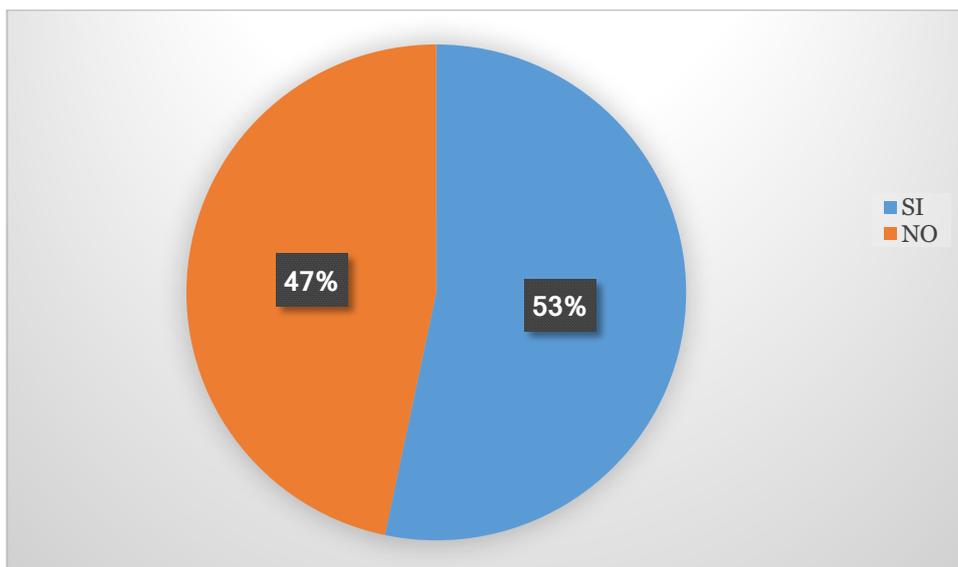


Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: autores.

En la encuesta se consideró incluir un tema significativo y que guarda relación con el despunte que puedan tener los emprendimientos virtuales y va determinado por el nivel de confianza que existe en el Ecuador sobre los negocios virtuales.

Gráfico # 3: ¿Confía usted en las empresas que ofrecen servicios on line?



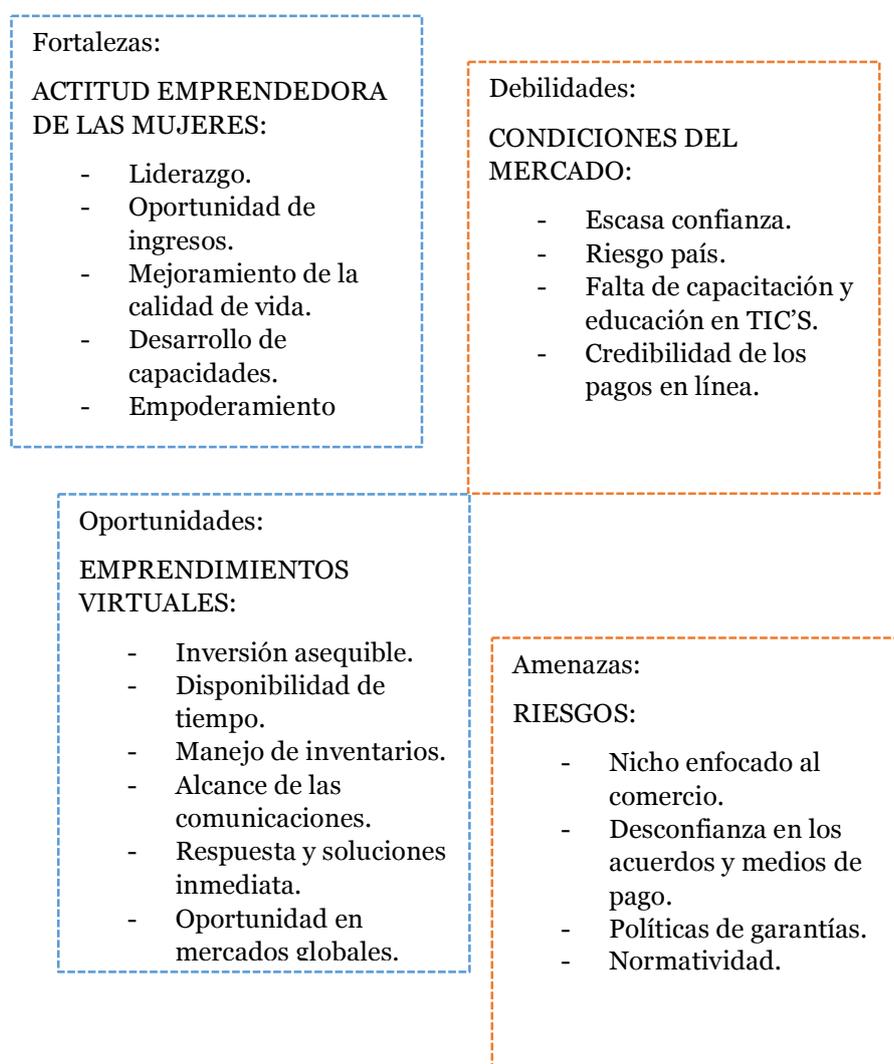
Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: autores.

El porcentaje de diferencia que arrojan los resultados de la encuesta es muy bajo, por lo que se observa que aún no existe una total confianza en emprendimientos de servicios virtuales, lo cual se contrapone con la opinión de un 63% de personas que piensan que el Ecuador si está preparado para la iniciar en el mundo virtual.

Como resultado de la investigación se realiza un análisis FODA, utilizando la metodología CANVAS que muestra la realidad del rol de la mujer en emprendimientos femeninos:

Tabla # 3: FODA de resultados



Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: autores.

## Discusión

El emprendimiento es parte de la naturaleza humana, desde sus orígenes el ser humano ha buscado mejorar sus condiciones y su calidad de vida, por lo que el emprender ha sido el pilar fundamental de la satisfacción del ser humano aliándolo como un puente que lleva al mejoramiento de la calidad de vida. Ecuador es uno de los países de Latinoamérica con tasas más altas de emprendimiento, sin embargo, frente a los emprendimientos de base tecnológica, es aún un campo por explorar ya que se requieren algunos años para documentar y sistematizar la información que se está produciendo actualmente.

7

La mujer ha visto en el emprendimiento una forma de alcanzar sus metas profesionales y una oportunidad de alcanzar puestos directivos que en muchos lugares de Latinoamérica y en el Ecuador, todavía les son reservados a los hombres, lo que representa un gran desafío en materia de emprendimiento de género.

Las tecnologías de la información han dado a nivel mundial grandes oportunidades a quienes las saben manejar como sus aliadas y han revolucionado la forma de hacer negocios con muy poca inversión, se pueden observar emprendimientos virtuales donde la creatividad campea, entre estos están UBER y AIRBNB, negocios de taxis y de alquiler de departamentos, que no cuentan con bienes propios, sino que instan a la ciudadanía a ser parte de su red que les promociona y hace que se den los contactos. - La mujer quiteña ha emprendido en negocios de servicios virtuales, se conoce que están trabajando en el área de turismo, diseño gráfico, diseño web, social media, entre otras. Sin embargo los resultados recibidos aún no han determinado la viabilidad de los negocios, para esto se requerirá de tiempo ya que aún se necesita cambiar la mentalidad del consumidor ecuatoriano. Por otra parte, se evidencia tanto en las encuestas como en el estudio cualitativo que para llegar a este tipo de herramienta es necesario tener una formación en educación como mínima de bachillerato, así como un manejo de las TIC's, lo cual desafortunadamente no llega al 100 % de la población, abarcándose únicamente la población que cuenta con un mínimo de instrumentos como PC e Internet de pago, como mínimo de las inversiones.

El Ecuador aún no confía en los emprendimientos virtuales, muchas empresas necesitarán en primer lugar ganarse la confianza de la población que aún no está preparada para aceptar que con hacer solo un click tiene el mundo a su disposición. Lo que supone un reto de tipo cultural, lo que se evidenció claramente en las entrevistas con expertos.

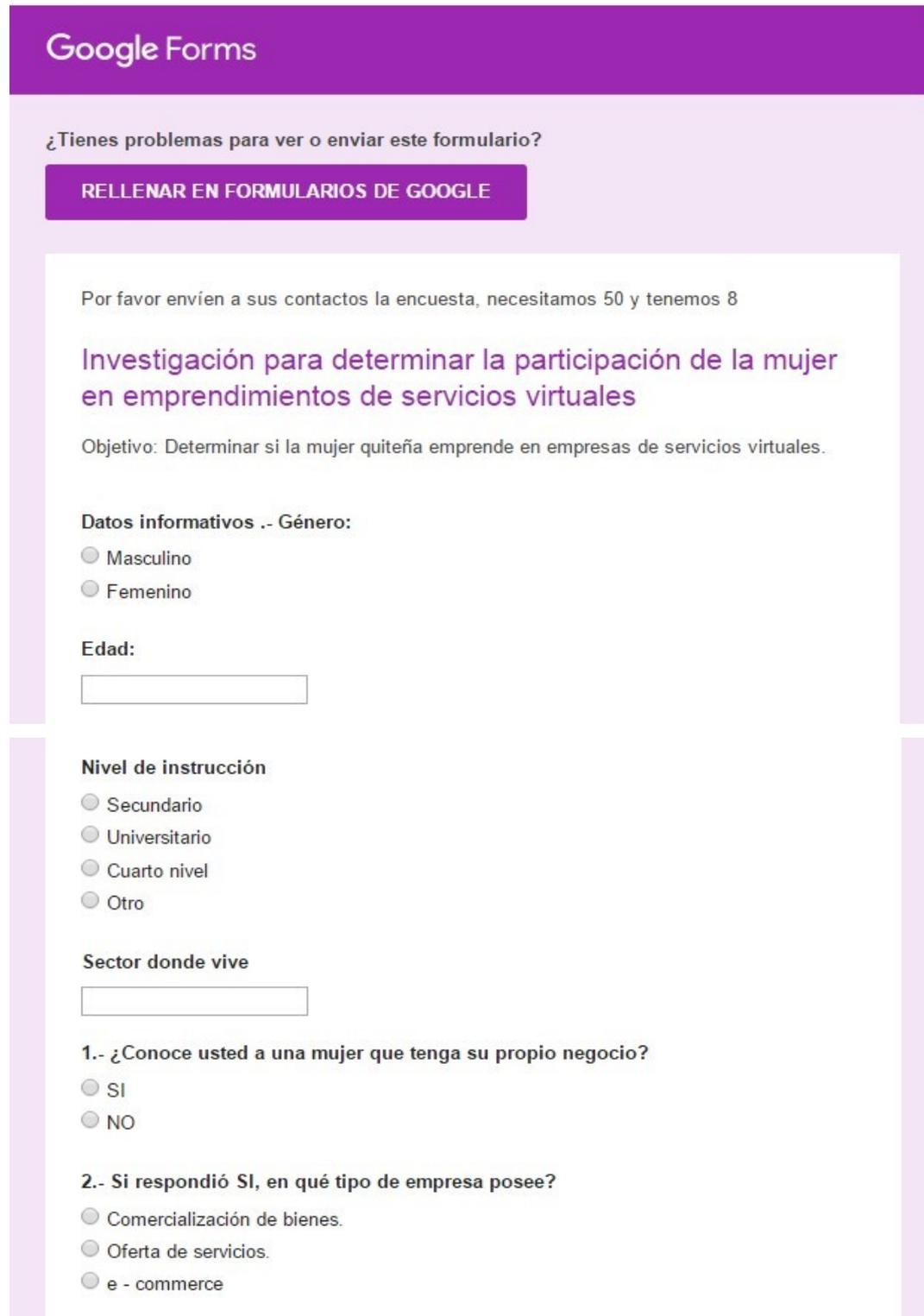
Lista de referencias

- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013.
- Buil Fabregá, M., Rocafort, A. Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: caso Barcelona. 2016.
- García, C. Impacto de la mujer directiva en la salida a bolsa de empresas de alta tecnología : el efecto mediador de las patentes y el desarrollo de productos. 2016.
- Sitio web de Conquito: [www.conquito.org](http://www.conquito.org). 2016.
- Sitio web de Cibervoluntarios: [www.cibervoluntarios.org](http://www.cibervoluntarios.org). 2016.
- Bahbouhi, J.E., Moussa, Naje. Prisoner's dilemma game model for e-commerce, 2016.
- Löfstedt, U.a, y Holmberg, S.C.b. Social Media as a Mean for Improved Technical Communication. 2016.
- Zeng, X., Liu, Q., Zhao, H., Xu, T., Wang, Y., Chen, E. Online consumptions prediction via modeling user behaviors and choices, 2016
- Fernández-Portillo, A., Sánchez-Escobedo, M.C., Jiménez-Naranjo, H.V., Hernández-Mogollón, R. The importance of innovation in e-commerce, 2015.
- Briones, G. (1995). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales, 2nd. Ed. México DF, México: Trillas.
- Kerlinger, F.N. (1983). "Survey Research," In Foundations of Behavioral Research in Education, New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Suárez, P. (2001). Metodología de la investigación. Bogotá, Colombia: Orión

## Materiales complementarios (Anexos)

### Anexo 1:

9



**Google Forms**

¿Tienes problemas para ver o enviar este formulario?

**RELLENAR EN FORMULARIOS DE GOOGLE**

Por favor envíen a sus contactos la encuesta, necesitamos 50 y tenemos 8

### Investigación para determinar la participación de la mujer en emprendimientos de servicios virtuales

Objetivo: Determinar si la mujer quiteña emprende en empresas de servicios virtuales.

**Datos informativos .- Género:**

Masculino

Femenino

**Edad:**

**Nivel de instrucción**

Secundario

Universitario

Cuarto nivel

Otro

**Sector donde vive**

**1.- ¿Conoce usted a una mujer que tenga su propio negocio?**

SI

NO

**2.- Si respondió SI, en qué tipo de empresa posee?**

Comercialización de bienes.

Oferta de servicios.

e - commerce

**3.- A su criterio, es importante que una mujer se desempeñe como emprendora de su propio negocio, por la libertad de tiempo de la que dispondría?**

- Muy de acuerdo.
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- Desacuerdo

**4.- Piensa que las mujeres están capacitadas para manejar los riesgos que implica el tener su propia empresa**

- Muy de acuerdo.
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- Desacuerdo

**5.- Ha escuchado sobre los emprendimientos de servicios vía internet?**

- SI
- NO

**3.- A su criterio, es importante que una mujer se desempeñe como emprendora de su propio negocio, por la libertad de tiempo de la que dispondría?**

- Muy de acuerdo.
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- Desacuerdo

**4.- Piensa que las mujeres están capacitadas para manejar los riesgos que implica el tener su propia empresa**

- Muy de acuerdo.
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- Desacuerdo

**5.- Ha escuchado sobre los emprendimientos de servicios vía internet?**

- SI
- NO

6.- Si respondió SI, los emprendimientos de servicios vía internet que conoce tienen relación con :

- Viajes y turismo
- Servicios profesionales
- Juegos on line
- Cursos on line
- Comercialización de productos on line
- Otros

7.- Confía usted en las empresas que ofrecen servicios on line?

- SI
- NO

8.- ¿Cuál sería su propuesta de servicios on line que piensa que aún no existe en el mercado?

9.- Usted cree que el Ecuador está preparado para iniciar en el mundo virtual?

- SI
- NO

**Gracias por su colaboración!**

Enviar