

DIAGNÓSTICO DEL EMPRENDIMIENTO CON ENFOQUE DE GÉNERO EN LA ZONA NORTE DE MANABÍ

DIAGNOSIS OF ENTREPRENEURSHIP WITH A GENDER FOCUS IN THE NORTHERN ZONE OF MANABÍ

Josselyn Vanessa Soledispa Soledispa ^{1*}

¹ Carrera de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Manabí, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6646-784X>. Correo: josselyn.soledispa@espam.edu.ec

Luzmila Paola Zambrano Balderrama ²

² Carrera de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Manabí, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4573-1388>. Correo: luzmila.zambrano@espam.edu.ec

Jenny Isabel Zambrano Delgado ³

³ Carrera de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Manabí, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6689-8971>. Correo: jizambrano@espam.edu.ec

* Autor para correspondencia: josselyn.soledispa@espam.edu.ec

Resumen

El emprendimiento con enfoque de género ha permitido evidenciar desigualdades persistentes entre hombres y mujeres en el ámbito económico, lo que motivó la realización de un diagnóstico en la zona norte de Manabí. El estudio tuvo como objetivo identificar las características sociodemográficas, económicas y de gestión de los emprendimientos, así como las brechas y oportunidades diferenciadas por género. Se aplicó una metodología de enfoque mixto, con diseño no experimental y alcance descriptivo, mediante encuestas dirigidas a emprendedores del cantón Bolívar. Los datos fueron analizados con estadísticos descriptivos y evaluación de confiabilidad interna. Los resultados mostraron que las mujeres iniciaron sus emprendimientos a edades más tempranas, con mayor nivel de formación universitaria, aunque concentradas en sectores de servicios y comercio, con baja participación digital y una doble carga derivada de responsabilidades de cuidado. En los hombres se observó una mayor diversificación sectorial y menor afectación por el rol familiar, aunque reconocieron barreras para integrarse en espacios con enfoque de género. Con base en estos hallazgos,

se diseñó un plan de mejora sustentado en una matriz estratégica con acciones orientadas a reducir brechas estructurales y potenciar capacidades emprendedoras de forma equitativa. Se concluyó que la incorporación de la perspectiva de género resulta fundamental para el diseño de políticas inclusivas que impulsen el desarrollo territorial y económico sostenible.

Palabras clave: emprendimiento; equidad de género

Abstract

Entrepreneurship with a gender perspective has highlighted persistent inequalities between men and women in the economic sphere, which prompted the development of a diagnostic study in the northern zone of Manabí. The objective was to identify the sociodemographic, economic, and management characteristics of enterprises, as well as gender-differentiated gaps and opportunities. A mixed-method approach with a non-experimental, descriptive design was applied, using surveys administered to entrepreneurs in the Bolívar canton. Data were analyzed through descriptive statistics and internal reliability assessment. The results indicated that women started their businesses at younger ages, with higher levels of university education, but concentrated in service and commerce sectors, showing low digital participation and facing a double workload due to caregiving responsibilities. Men demonstrated greater sectoral diversification and were less affected by family roles, although they also acknowledged barriers to participating in gender-focused spaces. Based on these findings, an improvement plan was designed using a strategic matrix with actions aimed at reducing structural gaps and strengthening entrepreneurial capacities in an equitable manner. It was concluded that integrating a gender perspective is essential for designing inclusive policies that foster sustainable territorial and economic development.

Keywords: entrepreneurship; gender equity

Fecha de recibido: 24/08/2025

Fecha de aceptado: 22/12/2025

Fecha de publicado: 29/12/2025

Introducción

El emprendimiento con enfoque de género surge como una línea de análisis que busca comprender las desigualdades estructurales que enfrentan los hombres y las mujeres en el ámbito empresarial. Históricamente, el papel de la mujer en la economía estuvo limitado, según Pérez et al. (2023) debido a normas culturales, responsabilidades familiares e impedimentos legales que restringieron su acceso a la educación, el financiamiento y a formar parte de los espacios de decisión. En este sentido, Castaño et al. (2024) relata que durante las últimas décadas del siglo XX y a principios del siglo XXI, el auge de los estudios de género permitió visibilizar brechas que permitió el análisis de como el sistema económico reproduce estereotipos que condicionan las decisiones emprendedoras según el género.

Desde esta perspectiva se evidenció que muchas mujeres emprenden por necesidad más que por oportunidad, que en ocasiones enfrentan problemas asociados a redes de contacto más reducidas, menor acceso a crédito y una sobrecarga de roles domésticos que dificultan el desarrollo pleno de sus negocios (Hincapié et al., 2023). En el caso de los hombres, estos constantemente se enfrentan a presiones psicológicas, estrés o miedo al fracaso, puesto que se espera que los hombres asuman riesgos elevados, lideren empresas y persigan modelos de negocios altamente competitivos (Schmidt et al., 2022). Del mismo modo, los hombres que eligen emprender en sectores históricamente feminizados, como la educación, el cuidado o el comercio de productos artesanales, suelen experimentar estigmatización social, agresiones estereotipadas o falta de reconocimiento institucional (Khalid et al., 2023).

En la actualidad, en el Ecuador las mujeres lideran con un 33.4%, respecto a emprendimientos en etapa inicial, en el caso de los hombres ellos comprenden el 31.4% (Global Entrepreneurship Monitor, 2024). Esto puede ser atribuible a las condiciones del empleo en el país, pues según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU, 2025) al corte de enero del 2025, el 26,7% de las mujeres accede a empleos adecuados, en comparación con el 39,25 de los hombres, por lo que, emprender es una alternativa más factible para las mujeres frente al precario entorno laboral.

En la provincia de Manabí, Nilba (2024) detectó que las mujeres carecen de financiamiento formal, lo que las obliga a depender de créditos informales con altas tasas de interés, además la falta de educación financiera limita sus capacidades para sostener y escalar sus negocios, la doble carga del trabajo doméstico y productivo, reduce su tiempo y energía para emprender. En áreas rurales, el aislamiento y la escasa conectividad digital dificultan la promoción y comercialización de productos (Castaño et al. 2024). En el caso de los hombres, ellos experimentan constantemente presiones culturales para mantener el rol de proveedor, esto en ocasiones restringe psicológicamente al emprendedor masculino debido a que recurrentemente experimentan temor al fracaso y al juicio social si su iniciativa no genera ingresos estables o suficientes para cumplir con las expectativas tradicionales de sustento familiar (Solórzano y Verduga, 2021).

Materiales y métodos

El estudio se desarrolló con un enfoque mixto de diseño no experimental y de alcance descriptivo. Se combinaron técnicas bibliográficas y de campo, mediante la aplicación de encuestas dirigidas a los emprendedores del cantón Bolívar, esta población estuvo conformada por 1.643 emprendimientos, por lo que, se utilizó un muestro no probabilístico por cuotas. Para el análisis de los datos se utilizó el software Minitab, que permitió el desarrollo de los estadísticos-descriptivos, y las pruebas de confiabilidad interna por Alfa de Cronbach. Por último, se elaboró una matriz 5w2h para la creación de alternativas y acciones orientadas al fortalecimiento de los emprendimientos con enfoque de equidad de género.

Resultados y discusión

El análisis demográfico por edad de la figura 1 de los participantes en el estudio sobre emprendimiento con enfoque de género en Manabí muestra diferencias entre grupos femeninos y masculinos. En el caso de las mujeres, el mayor volumen de emprendedores está entre los 28 y 31 años, es decir el emprendimiento está más concentrado en mujeres jóvenes adultas. En cuanto a los hombres, se evidencia una distribución más dispersa con niveles altos en 29 y 30 años, pero también con frecuencias considerables en los 39, 40 y 49

años. Esta diferencia indica que las mujeres tienden a involucrarse en el emprendimiento a una edad más temprana que los hombres, mientras que en los hombres la participación es más heterogénea.

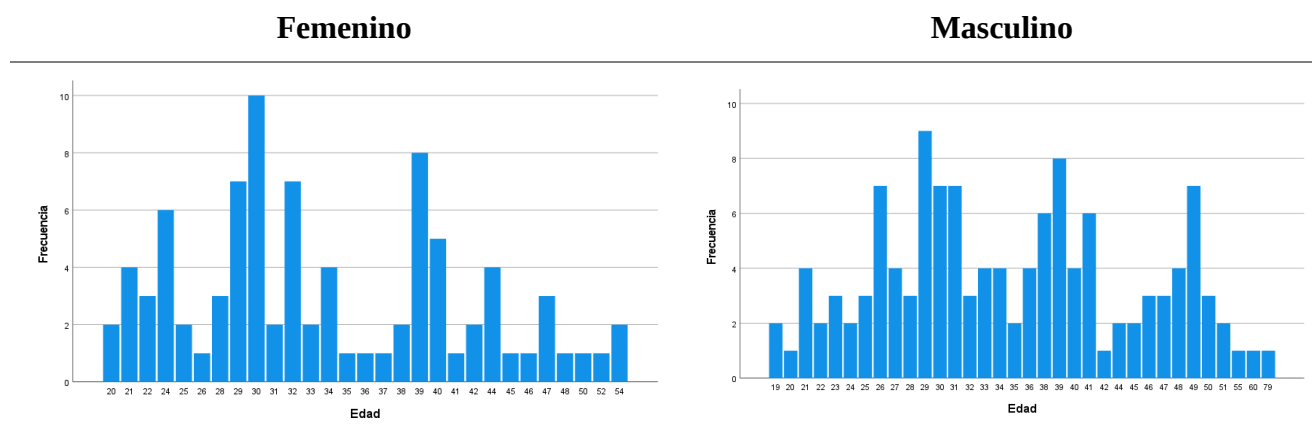


Figura 1. Datos por edad y género.

En cuanto al estado civil de los participantes, se observa que entre las mujeres el 39,8% están casadas, el 33% son solteras y el 27,3% viven en unión libre, mientras que en los hombres el 40,8% están casados, el 31,2% se encuentran en unión libre y el 28% son solteros. Estos resultados reflejan que, en ambos géneros, prevalece el estado civil de casado, podría asegurarse que existe una mayor percepción de estabilidad familiar al momento de emprender, siendo esta tendencia más marcada en los hombres.

Tabla 1. Estado civil de los participantes.

	Femenino		Masculino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	29	33%	35	28%
Unión libre	24	27,3%	39	31,2%
Casado	35	39,8%	51	40,8%
Total	88	100%	125	100%

En la tabla 2 se evidencia que el 51,1% de las mujeres y el 55,2% de los hombres cuentan con educación secundaria completa. En cuanto a educación superior, el 36,4% de las mujeres muestran un nivel universitario frente al 27,2% de los hombres, los niveles de instrucción técnico y de postgrado presentan porcentajes bajos en ambos casos, al igual que la educación primaria completa, con una mayor incidencia en hombres (8,8%) que en mujeres (3,4%). Las diferencias de los datos porcentuales indican que aunque los emprendedores de ambos géneros cursaron estudios de educación media, las mujeres tienden a acceder en mayor proporción a estudios de educación superior.

Tabla 2. Nivel de instrucción.

	Femenino		Masculino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Primaria completa	3	3,4%	11	8,8%
Secundaria completa	45	51,1%	69	55,2%

Nivel técnico	3	3,4%	4	3,2%
Nivel universitario	32	36,4%	34	27,2%
Postgrado	5	5,7%	7	5,6%
Total	88	100%	125	100%

Caracterización del emprendimiento

En la tabla 3 se presenta el sector de actividad por género, evidenciando que el 46,6% de las mujeres emprendieron en el sector servicios y el 38,6% en comercio, por ende existe una inclinación preferencial de este género hacia actividades relacionadas con atención al cliente y venta directa. En contrariedad, los hombres presentan mayor participación en comercio (55,2%) y turismo (27,2%), seguidos por producción o manufactura (13,6%), donde no se registra presencia femenina. El sector agropecuario muestra una participación baja en ambos géneros, aunque este estrato es mayor en mujeres (8%) que en hombres (3,2%). Es así que, que las mujeres tienden a concentrarse en sectores de servicios y comercio con menor requerimiento de capital o infraestructura, mientras que los hombres diversifican su participación hacia sectores más tecnificados como turismo y manufactura.

Tabla 3. Sector.

	Femenino		Masculino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Servicios	41	46,6%	51	8,8%
Comercio	34	38,6%	36	55,2%
Agropecuaria	7	8%	10	3,2%
Turismo	6	6,8%	11	27,2%
Producción /manufactura	0	0%	17	13,6%
Total	88	100%	125	100%

El 76,1% de las mujeres y el 70,4% de los hombres indicaron contar con entre 2 y 5 colaboradores, el 12,5% de las mujeres y un 12% de los hombres trabajan de forma individual, mientras que el 4,5% de las mujeres y el 10,4% de los hombres reportaron emplear a más de 10 personas. Estos datos reflejan que, si bien existe una tendencia común hacia emprendimientos de pequeña escala, los hombres muestran una mayor presencia en iniciativas de mayor tamaño, esto podría evidenciar diferencias en la capacidad de crecimiento, acceso a recursos o enfoque del negocio entre ambos géneros.

Tabla 4. Número de personas que laboran en el emprendimiento.

	Femenino		Masculino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Solo yo	11	12,5%	15	12%
2-5 personas	67	76,1%	88	70,4%
6-10 personas	6	6,8%	9	7,2%
Más de 10 personas	4	4,5%	13	10,4%
Total	88	100%	125	100%

En cuanto al canal de ventas más utilizado, tanto mujeres como hombres emprendedores muestran una clara preferencia por usar como canales de venta el local físico, con un 93,2% y 94,4% respectivamente. Las redes sociales y la venta directa presentan una participación mínima en ambos géneros, con porcentajes que no

superan el 4,5%. Solo los hombres reportaron el uso de plataformas de e-commerce, con un 0,8%, mientras que en las mujeres no se registra este canal. Estas diferencias reflejan una escasa incursión en medios digitales de venta, especialmente entre las mujeres, esto limita el alcance y crecimiento de los emprendimientos liderados por este grupo, marcando una oportunidad de mejora en la incorporación de tecnologías digitales en ambos géneros, pero especialmente en el femenino.

Tabla 5. Canal de ventas más utilizados.

	Femenino		Masculino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Local físico	82	93,2%	118	94,4%
Redes sociales	4	4,5%	4	3,2%
Venta directa	2	2,3%	2	1,6%
Plataforma de e-commerce	0	0%	1	0,8%
Total	88	100%	125	100%

En relación con la disponibilidad de espacios para operar, el 93,2% de las mujeres y el 96% de los hombres cuentan con un espacio físico para sus emprendimientos, lo que confirma la fuerte presencia de estructuras físicas como base operativa principal en ambos géneros. En contraste, solo el 6,8% de las mujeres y el 4% de los hombres indicaron tener un espacio en línea, evidenciando una baja adopción de entornos digitales como plataformas de trabajo o venta. Estas diferencias, aunque mínimas, refuerzan la tendencia general observada en los datos anteriores: ambos géneros mantienen una dependencia significativa del espacio físico, mientras que la presencia en línea continua siendo reducida, lo que representa una limitación para la expansión digital de los emprendimientos, especialmente entre las mujeres.

Tabla 6. Dispone de espacio físico o en línea para su emprendimiento.

	Femenino		Masculino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Espacio físico				
Sí	82	93,2%	120	96%
No	6	6,8%	5	4%
Total	88	100%	125	100%
Espacio en línea				
Sí	6	6,8%	5	4%
No	82	93,2%	120	96%
Total	88	100%	125	100%

Experiencia emprendedora

La mayoría de las mujeres indicaron que iniciaron su negocio por necesidad económica o por una oportunidad (82,4%) y por deseo de independencia y autonomía personal (80,8%). Además, un 58,4% señaló que la flexibilidad para cuidar de hijos u otros familiares fue un factor determinante. El 56% considera que su emprendimiento está en una etapa consolidada y el 63,2% lo identifica como una iniciativa familiar. En cuanto a capacidades, el 67,2% afirmó contar con los conocimientos necesarios para gestionarlo y el 62,4% ha recibido alguna capacitación. Aunque el 14,4% no tenía experiencia laboral previa, los datos reflejan un perfil femenino emprendedor impulsado por motivaciones personales y familiares, con un alto grado de compromiso y formación.

Diagnóstico del emprendimiento con enfoque de género en la zona norte de Manabí

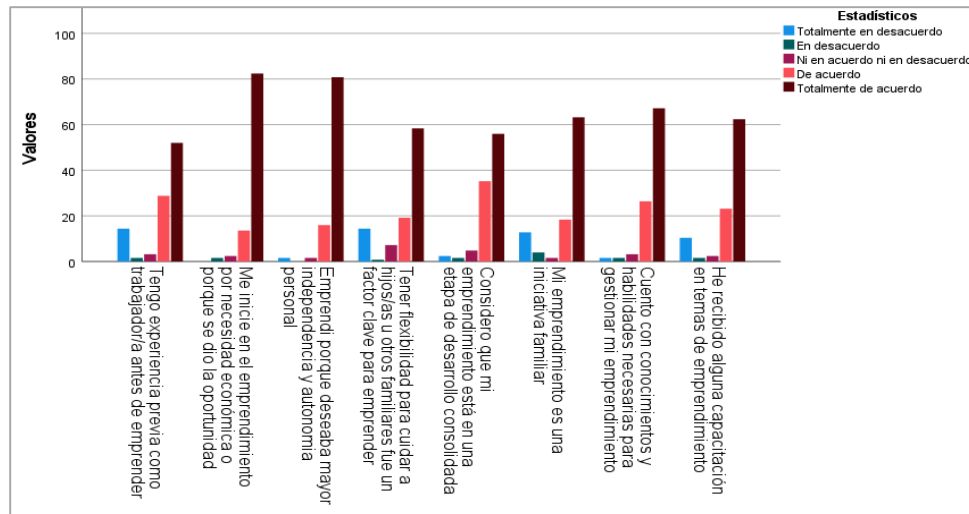


Figura 2. Experiencia emprendedora femenina.

En el caso de los hombres, el 82,4% emprendió por necesidad económica o aprovechando una oportunidad, y el 80,8% lo hizo buscando independencia y autonomía personal. El 56% considera que su emprendimiento está en una etapa consolidada, y el 63,2% lo identifica como una iniciativa familiar. Un 67,2% afirmó contar con los conocimientos necesarios para gestionarlo, y el 62,4% ha recibido capacitación. Aunque el 14,4% no tenía experiencia laboral previa y el mismo porcentaje no vio la flexibilidad familiar como un factor clave, los resultados muestran que los hombres, al igual que las mujeres, emprenden principalmente por motivaciones económicas y personales, con altos niveles de preparación, pero con menor peso del factor cuidado familiar en su decisión.

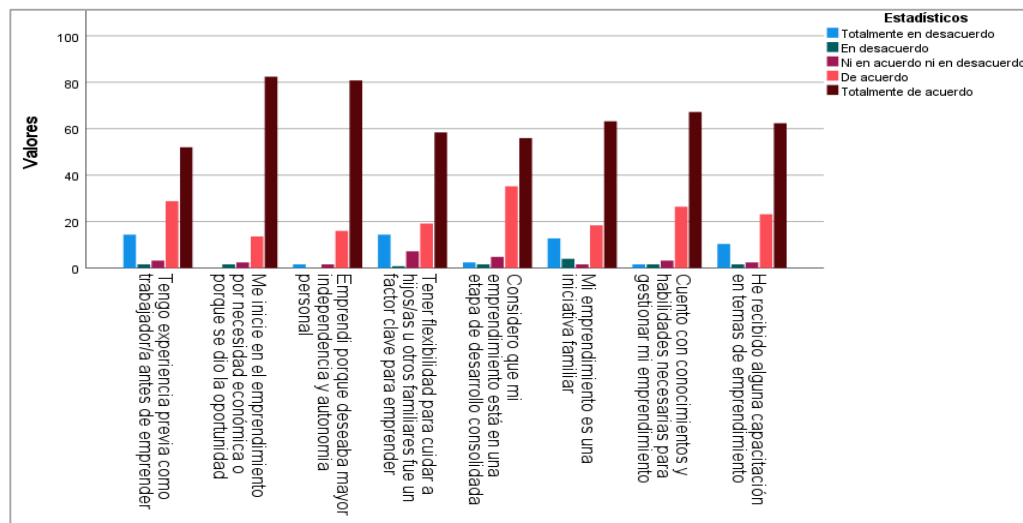


Figura 3. Experiencia emprendedora masculina.

Enfoque de género en el emprendimiento

En la tabla 10 un 59,1% de las mujeres reconoció asumir una doble carga por su rol de género, y un 28,4% señaló que el rol de cuidadora limita significativamente sus oportunidades para emprender. Además, el 50% destacó el apoyo activo de su pareja como un factor positivo, mientras que el 37,5% manifestó disposición a participar en redes o espacios con enfoque de equidad de género. No obstante, un alto porcentaje no percibe políticas o iniciativas comunitarias de apoyo (39,8% en total desacuerdo) ni cree que el acceso a redes de contacto esté facilitado (60,2% en total desacuerdo). También se evidencian barreras perceptivas: un 43,2% indicó haber sido tratada de forma diferente en espacios de negocios, y un 39,8% señaló haber tenido dificultades de financiamiento por su género.

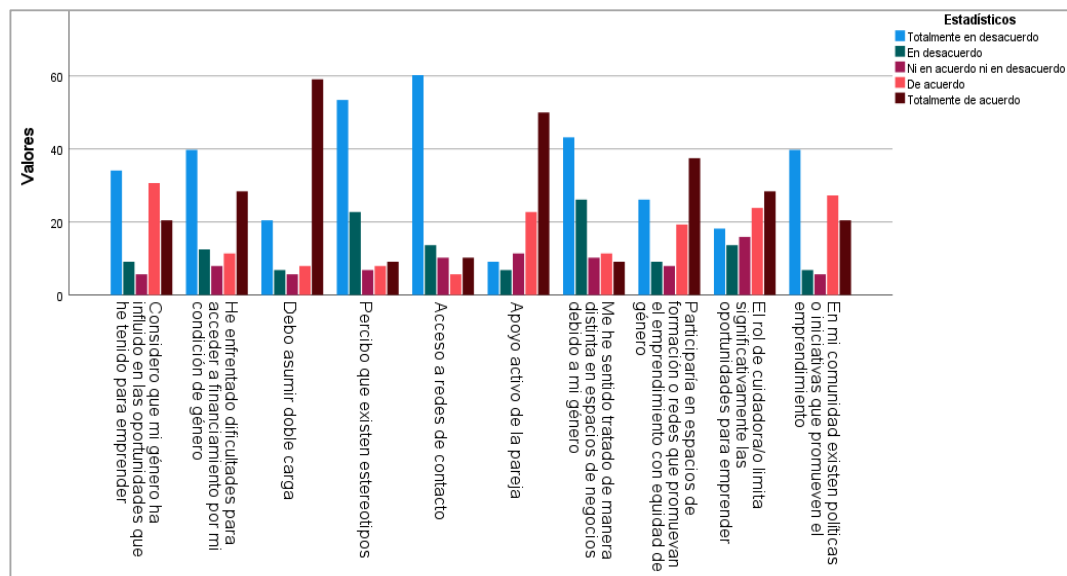


Figura 4. Enfoque de género en el emprendimiento femenino.

En cuanto al enfoque de género en el emprendimiento masculino, los resultados muestran que los hombres no perciben su género como un factor que limite sus oportunidades: el 40% señaló no enfrentar dificultades de financiamiento por esta razón, y el 55,2% afirmó no haberse sentido tratado de manera distinta en espacios de negocios. Sin embargo, el 51,2% reconoció asumir una doble carga, y el 30,4% indicó que el rol de cuidador puede limitar las oportunidades para emprender, esto evidencia que estas responsabilidades también afectan a los hombres, aunque en menor medida que a las mujeres.

El 46,4% valoró positivamente el apoyo activo de la pareja y el 44,8% manifestó disposición a participar en espacios con enfoque de equidad de género, aunque persiste una percepción baja sobre la existencia de políticas comunitarias de apoyo (35,2% en total desacuerdo) y un acceso limitado a redes de contacto (59,2% en total desacuerdo), esto indica que, aunque enfrentan menos barreras por razones de género, los hombres también identifican desafíos estructurales comunes en el entorno emprendedor.

Diagnóstico del emprendimiento con enfoque de género en la zona norte de Manabí

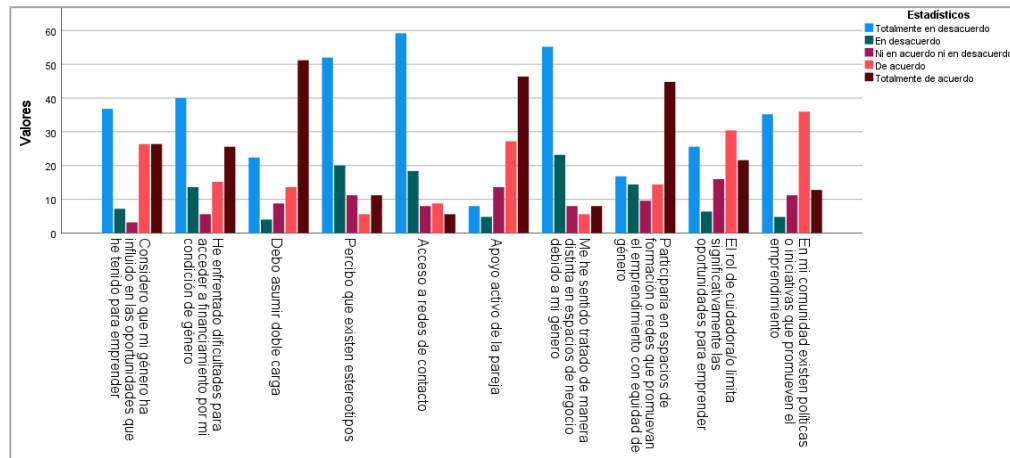


Figura 5. Enfoque de género en el emprendimiento masculino.

El coeficiente Alpha de Cronbach obtenido fue de 0,803, lo que refleja una confiabilidad buena del instrumento aplicado en este estudio según el estándar establecido por Colorado et al. (2024) por ende se considera que el cuestionario cumple con los estándares mínimos de consistencia interna.

Tabla 7. Alpha de Cronbach.

Alpha de Cronbach	N de elementos
,803	27

Por último, se construyó un plan de acción con base a los hallazgos que muestran deficiencias en los resultados del instrumento, estos evidencian brechas de género, limitaciones y oportunidades fortalecimiento para los emprendimientos en la zona norte de Manabí.

Las mujeres emprendedoras de la zona norte de Manabí presentan una marcada dependencia del local físico como canal de ventas, con muy baja participación en redes sociales y nula presencia en plataformas de e-commerce. Esta brecha digital limita su capacidad de expansión, visibilidad y acceso a mercados más amplios. Es necesario fortalecer sus competencias digitales para reducir esta barrera estructural y mejorar la competitividad de sus emprendimientos.

Tabla 8. Estrategias de mejora para canales digitales.

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Baja incursión de mujeres en canales digitales de venta	Capacitación en e-commerce y redes sociales	Para aumentar alcance y competitividad de los emprendimientos liderados por mujeres	Instituciones de desarrollo local	Comunidades del norte de Manabí	Corto y mediano plazo	Talleres, asesorías y acompañamiento en implementación digital

Se evidenció un número significativo de mujeres percibe barreras para acceder a financiamiento debido a su género. Esta limitación puede estar relacionada con estereotipos, falta de garantías o escasa inclusión de

género en las políticas crediticias. Crear mecanismos diferenciados y accesibles contribuiría a cerrar esta brecha y potenciar la autonomía financiera de las emprendedoras.

Tabla 9. Acceso al financiamiento.

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Dificultad de acceso al financiamiento, especialmente para mujeres	Crear mecanismos de crédito con enfoque de género	Para reducir la brecha de acceso a recursos económicos	GAD, cooperativas, ONGs	Instituciones financieras locales	Mediano plazo	Fondos rotativos, líneas de microcrédito diferenciadas

Las mujeres perciben barreras para acceder a financiamiento debido a su carga por el rol de cuidadora. Esta limitación puede estar relacionada con estereotipos, falta de garantías o escasa inclusión de género en las políticas crediticias. Crear mecanismos diferenciados y accesibles contribuiría a cerrar esta brecha y potenciar la autonomía financiera de las emprendedoras.

Tabla 10. Carga por el rol de cuidador/a.

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Alta carga del rol de cuidadora en mujeres	Políticas de conciliación familia-trabajo	Porque limita el tiempo y oportunidades de las mujeres para emprender	GAD, organizaciones comunitarias	Emprendimientos liderados por mujeres	Largo plazo	Servicios de cuidado, horarios flexibles, corresponsabilidad

Las mujeres se concentran mayoritariamente en sectores como servicios y comercio, evitando áreas como manufactura y turismo, que suelen requerir mayor capital, formación técnica o infraestructura. Esta segmentación refleja desigualdad de acceso a oportunidades más rentables y sostenibles, por lo que se requiere fomentar la diversificación sectorial femenina mediante formación y apoyo específico.

Tabla 11. Sectores de requerimiento técnico

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Concentración femenina en sectores de bajo requerimiento técnico	Formación técnica e incentivos sectoriales	Para que las mujeres accedan a sectores más rentables y tecnificados	Ministerios, GAD, ONGs	Zonas rurales y urbanas	Mediano plazo	Programas de formación, incubadoras sectoriales

Existe baja participación de mujeres en redes de contacto, espacios de formación o asociaciones con enfoque de género. Esto limita sus oportunidades de aprender, acceder a recursos, hacer alianzas y crecer como líderes empresariales. Fortalecer estos espacios de apoyo resulta clave para dinamizar su desarrollo empresarial e integrarlas a ecosistemas emprendedores más sólidos.

Tabla 12. Redes de apoyo.

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Débil articulación con redes de apoyo y espacios colaborativos	Creación de redes, espacios mixtos y de mujeres	Para compartir experiencias, generar alianzas y potenciar liderazgos femeninos	ONGs, asociaciones de emprendedores	Parroquias y municipios	Inmediato	Grupos de networking, ferias, plataformas digitales

Tanto mujeres como hombres mostraron un bajo reconocimiento de iniciativas comunitarias o políticas públicas que promuevan el emprendimiento. Esto indica una ausencia o baja visibilidad de acciones institucionales que acompañen y fortalezcan el trabajo emprendedor local, por lo que es fundamental fomentar programas municipales con enfoque inclusivo y de género.

Tabla 13. Políticas locales.

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Escasa percepción de políticas locales de apoyo al emprendimiento	Diseño e implementación de programas públicos con enfoque de género	Porque no hay apoyo visible desde lo institucional	GAD municipales y provinciales	Territorio manabita	Corto y mediano plazo	Ordenanzas, fondos concursables, acompañamiento técnico

Si bien los emprendedores declararon contar con conocimientos, una parte importante no ha recibido capacitación formal en temas clave como gestión, innovación o liderazgo. La formación continua es esencial para asegurar la sostenibilidad de los negocios y su capacidad de adaptación a nuevos mercados y tecnologías.

Tabla 14. Competencias en gestión empresarial.

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Necesidad de mayor preparación en gestión empresarial (ambos géneros)	Capacitación en gestión, innovación, liderazgo	Para fortalecer sostenibilidad y crecimiento de los emprendimientos	Instituciones educativas, ONGs	Centros comunitarios o virtuales	Permanente	Cursos, mentorías, formación modular

Aunque los hombres también manifestaron interés en participar en redes con enfoque de equidad, su participación efectiva es baja. Esto refleja la persistencia de barreras culturales y una visión limitada del emprendimiento con perspectiva de género como algo exclusivamente femenino. Es necesario incluir activamente a los hombres para avanzar hacia un ecosistema más corresponsable e inclusivo.

Tabla 15. Redes con enfoque de género.

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Baja participación masculina en redes con enfoque de género	Sensibilización y participación mixta	Para promover corresponsabilidad, romper estereotipos y ampliar el compromiso	ONGs, instituciones educativas	Comunidades urbanas y rurales	Corto plazo	Talleres de sensibilización, espacios colaborativos mixtos

Si bien en menor medida que las mujeres, los hombres también reconocen que las responsabilidades familiares influyen en su capacidad de emprender. No obstante, este impacto aún es poco visibilizado o asumido socialmente. Incluir a los hombres en estrategias de corresponsabilidad y cuidado permitiría equilibrar cargas y transformar estructuras culturales tradicionales.

Tabla 16. Rol de cuidador/a

Problema	¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Falta de conciencia sobre impacto del rol de cuidador en hombres	Estrategias de corresponsabilidad familiar	Para mejorar la distribución del tiempo y el equilibrio entre roles	ONGs, GAD, medios de comunicación	Hogares y comunidades	Mediano plazo	Campañas de comunicación, charlas en espacios de formación

Discusión

Se evidencia una mayor presencia femenina en giros de negocios como el comercio y la prestación de servicios, en cambio los emprendedores masculinos apuntan hacia la manufactura y el turismo, coincidiendo así con Prieto et al. (2023), quienes argumentan que esta segregación sectorial es debido a patrones socioculturales que limitan el acceso de las mujeres a sectores de mayor valor agregado. Barros et al. (2022) complementan esto señalando que estas restricciones también son estructurales, ocasionadas por el poco acceso capital, tecnología e infraestructura. De este modo, la distribución sectorial encontrada no responde únicamente a decisiones individuales, es un entramado de factores que condicionan el desarrollo empresarial femenino.

El hecho de que las mujeres emprendan a edades más tempranas, con un mayor nivel educativo que los hombres responden a las ideas de Armijo et al. (2024), que lo explica como un acto de emprender pero por necesidad ante la precariedad laboral. Maldonado et al. (2023) matizan que un mayor capital educativo debería generar mejores resultados, esto evidencia que la barrera no está en la formación más bien en la capacidad para transformarla en capital económico. Este contraste entre autores manifiesta que, en contextos como el estudiado, la educación por sí sola no elimina las desigualdades en el emprendimiento.

La existencia de muchas microempresas y la baja representación femenina en negocios de más de diez empleados concuerda con lo planteado por Maldonado et al. (2023), quien sostiene que el acceso desigual a redes empresariales y mercados institucionales limita el escalamiento femenino. Prieto et al. (2023) coincide que el financiamiento y las alianzas estratégicas están mediadas por sesgos de género. La convergencia de

estas posturas indica que la estructura empresarial local refleja inequidades persistentes, donde el entorno favorece la consolidación masculina y restringe las oportunidades de crecimiento para las mujeres.

Por último, la dependencia exclusiva de canales físicos y la baja adopción de comercio electrónico presentada en ambos géneros es coherente con lo expuesto por Fonseca et al. (2024), quien identifica que la brecha digital es uno de los limitantes más presentes de la competitividad empresarial. Armijo et al. (2024) argumenta indicando que esta brecha es más pronunciada en zonas rurales y semiurbanas, donde la infraestructura y las competencias digitales son escasas, si a ello se suma la doble carga de responsabilidades documentada por Maldonado et al. (2023), se confirma que las limitaciones de tiempo, capital y tecnología interactúan para restringir la sostenibilidad y escalabilidad de los emprendimientos femeninos, haciendo necesarias políticas de corresponsabilidad, alfabetización digital y acceso equitativo a recursos productivos.

Conclusiones

Se evidenció que el emprendimiento en la zona norte de Manabí presenta características diferenciadas por género, cumpliendo con el objetivo de identificar dichas particularidades desde un enfoque inclusivo. Se constató que las mujeres emprenden a edades más tempranas, con mayor acceso a educación superior, pero enfrentan limitaciones asociadas al rol de cuidadora, concentración en sectores de baja tecnificación y escasa presencia digital, lo que restringe su crecimiento económico. En contraste, los hombres diversifican más sus actividades y muestran mayor participación en sectores tecnificados, aunque también reconocen cargas familiares y una baja integración en redes con enfoque de equidad.

El estudio aportó un diagnóstico claro que fundamentó la propuesta de un plan de mejora con acciones diferenciadas para superar brechas estructurales, promover la corresponsabilidad y fortalecer capacidades. Se concluye que el enfoque de género es indispensable para comprender las condiciones reales del ecosistema emprendedor y diseñar políticas públicas más equitativas. Para futuras investigaciones se recomienda aplicar estudios longitudinales que evalúen el impacto de estas intervenciones y profundizar en variables psicológicas, culturales y territoriales que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos.

Referencias

- Armijo, L., Julián, D., y Ananías, R. (2024). Emprender en precariedad, vivir en incertidumbre: experiencias de microemprendimiento en la Región Metropolitana de Chile. *Psicoperspectivas*, 23(2). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol23-issue2-fulltext-3076>
- Barros, A., Bravo, L., y Campuzano, J. (2022). *Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala*. *Sociedad & Tecnología*, 5(2), 212–225. <https://doi.org/10.51247/st.v5i2.208>
- Castaño, M., Martínez, M., y Cifuentes, C. (2024). Emprendimiento femenino rural: aportes al desarrollo del territorio desde un enfoque de género. *Equidad y Desarrollo*, 43. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss43.10>
- Colorado, J., Romero, M., Salazar, M., Cabrera, G., y Castillo, V. (2025). Análisis Comparativo de los Coeficientes Alfa de Cronbach, Omega de McDonald y Alfa Ordinal en la Validación de

- Cuestionarios. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica*, 4(4), 2738–2755. <https://doi.org/10.61384/r.c.a.v4i4.836>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2024). *Informe Global GEM 2023/2024: 25 años y en crecimiento*. <https://www.gemconsortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem-20232024-global-report-25-years-and-growing>
- Feijó, N. (2024). *Factores determinantes de la viabilidad de los microemprendimientos en Ecuador con una perspectiva de género: Caso de Manabí* [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. Helvia. <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/26368>
- Fonseca, D., Huérfano, C., y Fonseca, C. (2024). Empoderamiento económico de mujeres rurales mediante las TIC y el comercio electrónico. *Desarrollo Gerencial*, 16(2), 1–24. <https://doi.org/10.17081/dege.16.2.6956>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2025). *Boletín técnico N.º 04-2025: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2025/enero/202501_Mercado_Laboral.pdf
- Khalid, S., Dixon, S., y Vijayasingham, L. (2022). The gender responsiveness of social entrepreneurship in health – A review of initiatives by Ashoka fellows. *Social Science y Medicine*, 293, 114665. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114665>
- Hincapié, F., Montoya, A., y Duque, P. (2023). Emprendimiento femenino en América Latina: una aproximación teórica. *Económicas CUC*, 44(2), 191–234. <https://doi.org/10.17981/econcuc.44.2.2023.Org.3>
- Maldonado, M., Espinoza, J., y Farez, M. (2023). Estrategia de negocios digitales en la internacionalización de emprendimientos. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 8(10), 1479-1499. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9255004>
- Pérez, M., Acurero, M., Jiménez, L., y Pérez, C. (2023). Emprendimiento femenino en el Departamento de Sucre-Colombia. Un enfoque de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(Extra 9), 248–265. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9142742>
- Schmidt, S., Bohnenberger, M., Nodari, C., y Da Silva, M. (2022). Gender, entrepreneurial behaviour and firm performance of Brazilian students: Integrating economic and behavioral perspectives. *Heliyon*, 8(1), e08750. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08750>
- Solórzano, M., y Verduga, A. (2021). El emprendimiento y su relación con el desarrollo local de la parroquia Bachillero, cantón Tosagua, provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(11), 170–196. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3261>