

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

La economía violeta en un grupo de trabajadoras independientes de la pequeña industria en la ciudad de Quito

The violet economy in a group of independent small industry workers in the city of Quito

Darwin Noroña, Verónica Mosquera, Cristina Aguas

Received: 5 marzo 2024

Accepted: 23 mayo 2024

Resumen

Antecedentes: La economía violeta reconoce el valor de la cultura y la creatividad en el desarrollo sostenible, integrando actividades culturales en los sistemas económicos para impulsar la innovación, la cohesión social y la generación de empleo.

Objetivo: Determinar la percepción de la economía violeta en un grupo de trabajadoras en razón de 11 categorías.

Métodos: Población constituida por mujeres jefas de hogar. Se aplicó una encuesta estructurada sobre once aspectos de la economía violeta mediante la técnica del sondeo. Se realizaron doce visitas a los locales comerciales del sistema de la economía popular y solidaria del Municipio de Quito.

Resultados: Se observa que el 36% de las mujeres llevan más de un año con sus emprendimientos siendo el área de alimentación, servicios y moda las más prevalentes. Los microemprendimientos fueron los más frecuentes con el 26% de los casos. Para el 21% de las familias, este es la única fuente de sustento. Se recibe apoyo del estado en el 18% de las participantes y 23% se han beneficiado de la empresa privada.

Conclusiones: La mayoría de las encuestadas no conocen de los estímulos crediticios disponibles para potenciar sus negocios y aún la noción de la economía violeta no está consolidada desde su definición conceptual limitando de esta manera el desarrollo de sus emprendimientos no solo por la no adopción de los principios de igualdad de género en el ámbito laboral, sino también por el desconocimiento de las acciones afirmativas que actualmente están a disponibilidad de las mujeres trabajadoras.

Palabras clave: Desarrollo Sostenible, mujer trabajadora, pequeña empresa, economía violeta

Abstract

Background: The violet economy recognizes the value of culture and creativity in sustainable development, integrating cultural activities into economic systems to drive innovation, social cohesion and job creation.

Objective: Determine the perception of the violet economy in a group of female workers based on 11 categories.

Methods: Population made up of women heads of household. A structured survey was applied on eleven aspects of the violet economy using the survey technique. Twelve visits were made to the commercial premises of the popular and solidarity economy system of the Municipality of Quito.

Results: It is observed that 36% of women have been running their businesses for more than a year, with the areas of food, services and fashion being the most prevalent. Microenterprises were the most frequent with 26% of the cases. For 21% of families, this is the only source of sustenance. 18% of the participants receive support from the state and 23% have benefited from private companies.

Conclusions: The majority of those surveyed are not aware of the credit stimuli available to boost their businesses and even the notion of the violet economy is not consolidated from its conceptual definition, thus limiting the development of their ventures not only due to the non-adoption of the principles of gender equality in the workplace, but also due to the lack of knowledge of affirmative actions that are currently available to working women.

Key words: Sustainable Development, working woman, small business, violet economy

Instituto Superior Universitario Sucre, Quito, Ecuador

Autor de correspondencia: Darwin Noroña. Correo: darwin_norona@yahoo.com

Introducción

La economía violeta se fundamenta en la idea de que la cultura y la creatividad son pilares esenciales para el desarrollo económico sostenible y equitativo. Su filosofía reconoce que las actividades culturales no solo tienen un valor simbólico o artístico, sino que generan impacto económico tangible al fomentar la innovación, la cohesión social y la identidad comunitaria. Al promover la cultura como motor de desarrollo, la economía violeta plantea una visión más inclusiva y diversa de las dinámicas económicas.

En este enfoque, la creatividad se considera un recurso estratégico. La filosofía de la economía violeta destaca que la creatividad no solo impulsa sectores como las artes, el diseño y la moda, sino que también puede influir positivamente en otras industrias productivas. Las ideas innovadoras y las prácticas culturales pueden transformar modelos de negocio, mejorar la competitividad y fomentar la sostenibilidad. Así, la economía violeta se posiciona como un motor de transformación que integra lo económico y lo cultural.

La diversidad cultural es un componente clave de la economía violeta. Este enfoque defiende que las distintas manifestaciones culturales aportan valor y deben ser protegidas y promovidas como elementos esenciales para el desarrollo. En lugar de uniformar el mercado global, la economía violeta aboga por la preservación y promoción de la diversidad cultural como fuente de innovación y cohesión social. A través de esta diversidad, se fortalecen las comunidades y se fomenta el respeto por las diferencias.

En términos de sostenibilidad, la economía violeta apuesta por el desarrollo de modelos económicos que equilibren el crecimiento con la preservación de los recursos culturales y naturales. Este enfoque promueve la sostenibilidad a largo plazo, no solo en términos ecológicos, sino también culturales. La preservación del patrimonio y la promoción de la creatividad local son vistos como mecanismos que aseguran la viabilidad económica de las comunidades sin sacrificar su identidad cultural.

Finalmente, la filosofía de la economía violeta impulsa la idea de una economía inclusiva que beneficie a todos los actores involucrados en las cadenas productivas culturales. Las trabajadoras independientes, por ejemplo, son reconocidas como agentes fundamentales en la promoción de bienes y servicios que reflejan la identidad cultural de sus comunidades. Esta perspectiva busca generar un impacto social positivo al integrar a estas trabajadoras dentro de un modelo de desarrollo que valore su aporte cultural y su capacidad de innovación.

En la actualidad, diversos autores destacan el creciente reconocimiento del valor económico de la cultura. La cultura ha dejado de ser vista como un sector marginal para convertirse en un motor clave del desarrollo económico.¹ En ciudades como Quito, este enfoque ha comenzado a tomar fuerza, con pequeñas industrias y trabajadoras independientes que ven en sus prácticas culturales y creativas una oportunidad para generar ingresos y fortalecer sus comunidades locales.

La integración de la economía violeta en políticas públicas ha sido crucial para su expansión.² En varias ciudades de América

Latina, incluyendo Quito, las políticas locales han comenzado a incorporar estrategias que promueven la economía creativa como parte del desarrollo urbano. Las trabajadoras independientes han encontrado en estos espacios un nicho para la comercialización de productos que reflejan la identidad cultural local, apoyadas por iniciativas gubernamentales que fomentan la economía violeta.

La digitalización y las nuevas tecnologías también han impulsado la expansión de la economía violeta. El uso de plataformas digitales ha permitido a trabajadoras y pequeños empresarios creativos ampliar su alcance y conectar con nuevos mercados.³ En Quito, esto ha facilitado que las trabajadoras independientes del sector cultural puedan vender sus productos en línea, accediendo a consumidores más allá de sus límites geográficos tradicionales, lo que ha dinamizado el sector.

Sin embargo, los desafíos persisten en cuanto a la formalización de las actividades productivas dentro de la economía violeta. La informalidad y la falta de acceso a financiamiento siguen siendo barreras para muchas trabajadoras independientes. Aunque la creatividad es un motor económico, la falta de mecanismos estructurados de apoyo impide que estas trabajadoras logren un crecimiento sostenido en la pequeña industria, lo que limita su potencial.⁴

Finalmente, en la actualidad, los autores subrayan la necesidad de fomentar redes de apoyo y cooperación en la economía violeta. Las trabajadoras independientes en pequeñas industrias culturales enfrentan la necesidad de crear redes colaborativas para compartir recursos, conocimientos y experiencias. Estas redes no solo fortalecen la competitividad, sino que también contribuyen a la resiliencia económica y social de las comunidades culturales,⁵ un aspecto clave para su desarrollo en el contexto de ciudades como Quito.

La lucha de la humanidad por conseguir y asegurar los derechos en la población según el género, ha desarrollado esquemas interpretativos como la economía violeta. Este tipo de economía es una concepción que busca combatir las desigualdades evitables de las condiciones laborales entre hombres y mujeres. No solamente es apreciar la contribución histórica del trabajo de la mujer a lo largo de la historia, contribución que por lo general es subestimado y no reconocido como el trabajo no remunerado del hogar; sino que busca fomentar la participación de la mujer en la esfera productiva y concebir acciones afirmativas que ayude de manera directa a disminuir la brecha entre hombres y mujeres.^{6,7}

El patriarcado como sistema económico aparece luego de la división primitiva del trabajo y su principal interés ha sido asegurar el traspaso de la riqueza del padre al hijo. El hombre gozaba de la prioridad en la línea de sucesión de bienes que se denominaba primogenitura masculina. En varias culturas ha sido extendida el anhelo de concebir un primogénito que asegure el linaje y la fortuna de la familia. La mujer fue relegada a papeles secundarios bajo el dominio total de una figura masculina y considerada como un bien más. Actualmente, persisten estos atavismos que de manera simbólica reproduce esta diferenciación como por ejemplo en el rito del matrimonio occidental donde es un hombre (el padre de la novia) quien entrega a la mujer a otro hombre.⁸

Pero será hasta el apareamiento de las tres grandes religiones monoteístas que el sistema económico del patriarcado sentaría las bases de la desigualdad del trabajo en los sexos. En el Génesis es la mujer que cede a la tentación e influye al pecado a su marido. Desde este punto será conocida como la pecadora, la perniciosa y la que debe ser controlada y sometida. La iglesia católica, si bien no pudo contradecir el milagro de la concepción introduce el valor de la virginidad que sirve como un mecanismo de control del cuerpo femenino y de sometimiento relegándola a tres funciones principales: la procreación, el trabajo doméstico y la satisfacción sexual del hombre.⁹

Bajo estas condiciones, las mujeres han sido apartadas de la vida productiva, de las artes, las ciencias, la política y la toma de decisiones. Se especializaron en el cuidado de niños y familiares dependientes. Más tarde en la historia, se observa que en los poblados alejados del control de la iglesia y del gobierno, eran las ancianas de estas localidades que desarrollaron la medicina y la farmacología. Con sus infusiones curaban varias afecciones (muchas de ellas mortales para la época). No tardaría la iglesia y el gobierno en alzar la espada de la expiación en contra de toda mujer que atentara con el orden machista impuesto. En este contexto entre los siglos XV y XVIII bajo el dogma de la superstición y la misoginia, se persiguió, se torturó y se ejecutó a cerca de 40,000 mujeres.¹⁰

Todos estos antecedentes caracterizan los estereotipos de género causantes de injusticias en el acceso de derechos como educación, salud y trabajo entre los sexos. Ya para el siglo XIX con el sufragismo (derecho al voto) y la convención de Séneca en EEUU se darían lugar a cambios estructurales en lo social y político como por ejemplo la equidad salarial, la autonomía en la decisión reproductiva y la promulgación de políticas contra la violencia a la mujer.¹¹

En el ámbito laboral y en el contexto local, la participación de la mujer es innegable. En primera instancia, existe un 36% más de inserción de la fuerza femenina en áreas productivas en referencia a los años 80 en campos tales como medicina, educación y administración. Un 15 % más de involucramiento en tecnología y finanzas. No obstante, las brechas aún se mantienen vigentes. Por ejemplo, solo 2 de cada diez mujeres acceden a puestos de alta dirección, los sueldos de los hombres en promedio exceden en 5.8 % con respecto a la mujer, las mujeres tienen 4 veces menos probabilidades de conseguir un empleo con respecto a su contraparte y, la calidad de vida total es inferior a la del hombre en 1.3 %.¹²

Pero hay más factores de riesgo que impiden que la mujer pueda tener a plenitud el acceso al trabajo. Por especificar algunos: la gestación, la lactancia, la mayor probabilidad de violencia por estereotipos de género y la falta de conciliación con el trabajo no remunerado del hogar. Para ilustrar, una mujer embarazada tiene el doble de riesgo de no ser contratada, tiene mayor exposición al estrés debido a violencia laboral y acoso. El trabajo no remunerado del hogar no es cien por ciento compartido con los hombres. Únicamente un 25 % de hombres comparte todas las tareas con su pareja. Esto ha hecho que la mujer en el Ecuador presente los índices más altos de desempleo en relación al género.¹³

Bajo este escenario es preciso visibilizar y valorar la fuerza laboral femenina. Sin esta, ningún desarrollo o avance de la humanidad en las ciencias y tecnología habría sido posible. El trabajo del hogar

y la educación de los hijos son tareas socialmente asignadas a las mujeres que no alcanzan a presentarse en las cifras estadísticas macroeconómicas pero resulta ser la contribución más esencial en todo sistema económico. La economía violeta, en este sentido, es un conjunto de acciones afirmativas que actúan sobre las condiciones desiguales de las mujeres otorgándoles incentivos, estímulos crediticios, capacitación y subsidios. El objetivo es fortalecer la participación de la mujer en microemprendimientos reduciendo la brecha salarial de género, creando oportunidades de trabajo e incidiendo en puestos de jerarquía.¹⁴

Actualmente, en el Ecuador no existen datos que evidencien el grado de dominio de los principios de la economía violeta en mujeres emprendedoras del sistema de la economía popular y solidaria, y es poco lo que se conoce en cuanto al porcentaje de emprendimientos, el tiempo de vigencia de los negocios, el sector productivo más frecuente en los emprendimientos, los ingresos promedios, el conocimiento de la ley actual de la economía violeta, el apoyo del estado y de la empresa privada, los productos crediticios y la percepción de impacto de la economía violeta en las mujeres emprendedoras.

El objetivo de la investigación fue identificar la percepción de 1,041 trabajadoras independientes legalmente registradas en el sistema de economía popular y solidaria del cabildo. Este análisis sirve para conocer las condiciones generales de empleabilidad que están relacionadas con ciertas restricciones al trabajo pleno para las mujeres. Desde el punto de vista de la seguridad y salud ocupacional, estos óbices incrementan la exposición de los factores laborales de riesgo a la salud, por lo que, este grupo pudiera presentar bajos indicadores de salud, calidad de vida y satisfacción en general.

Materiales y métodos

El diseño de la investigación fue observacional y descriptiva. Al analizar las definiciones conceptuales y operacionales de la economía violeta se identificaron factores relevantes que permiten tener una lectura del avance de los fundamentos rectores de equidad e igualdad de la economía violeta que son: edad, nivel de formación, condición de la mujer dentro de la familia, tiempo de desarrollo del emprendimiento, sector económico de la actividad económica, representatividad de los ingresos, tamaño del emprendimiento, conocimiento de la ley, apoyo estatal y privado, acceso a créditos, percepción del papel de la mujer en la sociedad actual y percepción de impacto de la política pública.¹⁰

Diseño del instrumento y evaluación

Para la investigación se diseñó una encuesta con el objetivo de recopilar información socioeconómica y explorar la relación entre las participantes y el concepto de economía violeta. El instrumento se estructuró en tres apartados claramente diferenciados:

Primer apartado: datos sociodemográficos

Este bloque incluyó preguntas sobre variables generales como edad, nivel de escolaridad y condición familiar, con opciones como madre soltera, casada, hija, o casada sin hijos. Estos datos

permitieron categorizar a las participantes según sus características personales, lo que es esencial para analizar el contexto en que desarrollan sus actividades económicas.

Segundo apartado: actividad económica

En este componente, se indagó sobre aspectos específicos del emprendimiento, tales como el tiempo de duración del emprendimiento, el sector económico en que opera, el nivel de ingresos generado y el tamaño del negocio (micro, pequeña o mediana empresa). Estos elementos son cruciales para entender la estructura del emprendimiento y su impacto económico dentro de la economía violeta.

Tercer apartado: conocimiento y percepción sobre la economía violeta

En esta sección se incluyeron preguntas que evaluaban si las participantes conocían la finalidad de la ley de economía violeta en Ecuador, si habían recibido apoyo del Estado o la empresa privada, su conocimiento sobre productos crediticios y su percepción sobre si el hecho de ser mujer les ha permitido obtener beneficios para sus negocios. Los componentes de esta sección fueron seleccionados en base a la revisión de la Ley Orgánica de Economía Violeta en Ecuador, así como estudios previos sobre los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras en la región. Se utilizaron estas preguntas para analizar la interrelación entre la economía violeta y el empoderamiento femenino dentro del contexto económico local, identificando barreras y oportunidades específicas para las mujeres.

El enfoque en estos aspectos responde a la necesidad de entender cómo las trabajadoras independientes perciben y se benefician (o no) de las políticas y apoyos en torno a la economía violeta, así como su nivel de integración en la misma.

Evaluación del instrumento

La evaluación de la encuesta se realizó mediante un análisis descriptivo de frecuencias relativas. Esta metodología fue elegida dado que las preguntas no requerían medir actitudes o habilidades, sino que se centraban en obtener respuestas categóricas y objetivas sobre la situación socioeconómica y el nivel de conocimiento de las participantes. De esta manera, se pudo obtener una visión clara de los perfiles de las emprendedoras y su interacción con los principios de la economía violeta, permitiendo identificar tendencias y patrones comunes en sus respuestas.

Para la selección de la muestra, se realizó un censo abarcando todas las mujeres registradas en los locales municipales comerciales del sistema de economía popular y solidaria del municipio de Quito. Se organizaron doce visitas con 10 encuestadores que levantaron la información durante los meses de junio – agosto del 2023. Al final se contó con la información de 1,041 trabajadoras que representaron el 52 % del total de mujeres inscritas. la muestra final fue propositiva y no probabilística.¹¹

El análisis de información fue descriptivo obteniéndose en cada pregunta frecuencias y porcentajes que pasaron a ser interpretadas.

Las hipótesis de investigación presumían que la población poseería baja escolaridad, dependencia familiar, poca representatividad de ingresos, falta de apoyo en lo público / privado, empoderamiento bajo, percepción negativa de la economía violeta y limitado acceso a créditos.

Finalmente, las encuestadas firmaron un consentimiento informado donde conocieron de antemano los propósitos y alcances de la investigación, así como la solicitud en el futuro de seguir colaborando en investigaciones ulteriores de diseño explicativas correlacionales. Los resultados han sido puestos en conocimiento de las autoridades para la toma de decisiones que propenda con el mejoramiento de las actuales condiciones laborales.

En este mismo sentido, para asegurar la confidencialidad de los datos, se implementaron las siguientes estrategias de anonimizarían de los datos. Toda la información proporcionada por las participantes fue anónima. Los nombres de las emprendedoras o cualquier otro dato personal que pudiera identificarlas fueron eliminados o codificados antes de proceder con el análisis de la información. Se asignaron códigos numéricos aleatorios a cada participante para sustituir los datos personales. Los datos recogidos en formato físico fueron almacenados en un archivo bajo llave, accesible solo por los investigadores principales. En cuanto a los datos digitales, se guardaron en una base de datos encriptada y protegida por contraseñas, solo accesible por el equipo de investigación. No se compartió información con terceros sin el previo anonimato de los datos.

Resultados

La encuesta de la economía violeta estuvo estructurada en tres secciones: los datos socio demográficos, características de la actividad económica y dominio acerca de la economía violeta.

Resultados socio demográficos

Como parte de los resultados socio demográficos, se encuestaron variables como la edad, la escolaridad y la condición familiar (Tabla 1).

El hecho que el 57 % de las mujeres posean edades de entre 18-35 años indica que en la actualidad la juventud está decidida cada vez más en acceder al mundo empresarial y de la competitividad. De esta manera se puede observar un cambio en las preferencias de las mujeres quienes podrían mostrar más decisión y motivación en desarrollar sus propios negocios. Otros factores también podrían estar incidiendo en estos registros como por ejemplo el mayor acceso a derechos de educación, incentivos y políticas públicas integrales. Por otro lado, el emprendimiento joven incentiva las probabilidades de innovación, las ideas creativas y los nuevos enfoques.

Una parte significativa de las personas evaluadas no han completado sus estudios de tercer nivel (42 %). Al respecto, muchos emprendimientos tienen como base el conocimiento proveniente de la experiencia y habilidades prácticas. Además, muchos de los programas que fomentan los emprendimientos comprenden a variantes de la educación no formal como la capacitación y adiestramiento para transmitir conocimientos

Tabla 1. Resultados sociodemográficos

Edad (en años)	Trabajadoras= 1,041	%
18- 25	291	28
26- 35	305	29
36- 45	259	25
≥46	186	18
Escolaridad		
Educación básica	104	10
Bachillerato	335	32
Educación superior	485	47
Cuarto nivel	117	11
Condición familiar		
Madre soltera	239	23
Madre casada	388	37
Mujer soltera e Independiente	290	28
Hija soltera que mantiene hogar	65	6
Mujer casada sin hijos	59	6

prácticos. Esta opción es una alternativa que inclusive cierra las brechas de acceso a empleo digno para las personas que no han podido costearse sus estudios universitarios.

El 57 % de las informantes son el principal sostén económico de sus hogares. El emprendimiento que ellas actualmente desarrollan es la fuente principal de los ingresos de las familias. Se destaca también la independencia financiera que han logrado. Se evidencia la capacidad de más de la mitad de la población en no depender económicamente de su pareja (u otros familiares) lo que le faculta a la toma de decisiones y a la autodeterminación financiera.

Actividad económica

En cuanto a las actividades económicas, las participantes respondieron acerca del tiempo de sus negocios, el sector de los mismos, la representatividad de los ingresos y el tamaño del emprendimiento (Tabla 2).

El 64 % de las mujeres han consolidado su negocio en un corto lapso comprendido entre los seis meses al año. Hay algunas variables que intervienen en la mayor o menor vigencia de los negocios. Por lo general, los primeros 6 meses son decisivos no solamente en aspectos psicológicos y de motivación, sino financieros. En este período se toman decisiones que pueden dictaminar cambios en el giro de negocio o diversificaciones. No es de extrañarse entonces, que los datos refieran que el 17 % tiene una permanencia en el mercado de 1 a 3 años; y que, el 19 % ya haya cruzado la barrera de los tres años.

Por otro lado, el sector gastronómico, bebidas y comidas se lleva el mayor porcentaje de emprendimientos. Es evidente que este sector muestra altas de mandas y necesidades por parte de la población en general. Pero no solamente se trata de satisfacer requerimientos

propios del sector. Las mujeres emprendedoras han sabido promocionar aspectos culturales con recursos innovadores que trascienden lo tradicional como los típicos bares y restaurantes. Se destaca los food trucks, los servicios de catering, las tiendas naturistas, entre otros. Tal vez, esta sea una de las áreas que más flexibilidad y variabilidad de negocios presente.

Más de la mitad de las familias de las mujeres emprendedoras viven exclusivamente de lo generado por sus negocios. Desde un punto de vista social, las emprendedoras permiten la sustentación de niños, cónyuges o familia extensa y dinamizan el mercado. Por otro lado, cuando se señala que el 42 % de mujeres emprendedoras tienen un micro emprendimiento que se define como una empresa unipersonal o con un máximo de cinco trabajadores, se hace referencia a que las empresas unipersonales son más factibles de sostener en el tiempo.

Tabla 2. Actividad económica

Preguntas	Trabajadoras = 1,041	%
¿Cuánto tiempo llevas con tu emprendimiento?		
Menos de 6 meses	155	15
De 6 meses a 1 año	513	49
1- 3 Años	180	17
3- 6 Años	89	9
Más De 6 Años	104	10
¿A qué sector de la economía pertenece tu emprendimiento?		
Alimentación	503	48
Peluquería, Spa.	182	17
Servicios	151	15
Moda	102	10
Otras	70	7
Tecnología	47	5
Artes y cultura	46	4
¿Cuál es la representatividad de los ingresos que percibe en relación a la totalidad de ingresos del hogar?		
Es el único ingreso del hogar	531	51
Mis ingresos constituyen una parte, el mayor ingreso lo genera mi cónyuge	282	27
Percibo además ingresos en relación de dependencia	228	22
¿Cuál es el tamaño de su emprendimiento?		
Micro emprendimiento: empresa unipersonal o máximo cinco trabajadores, genera menos de \$ 20000 en el año	434	42
Mediano-Grande: empresa con más de veintiséis trabajadores, genera más de \$ 100000 al año	364	35
Pequeño-mediano: empresa de seis trabajadores, genera entre \$21000 y \$100000 de ingresos	243	23

Economía violeta

En función de la economía violeta, se preguntó acerca de la finalidad de la ley, los apoyos recibidos, beneficios crediticios y acceso a oportunidades (Tabla 3).

Cuando se menciona que el 79 % de mujeres emprendedoras no conoce acerca de la finalidad de la ley de la economía violeta se pone al descubierto la falta de información o acceso a la misma por parte del estado, con lo cual se ven restringidos los recursos y oportunidades como programas de incentivos o apoyo. Esa falta de involucramiento a estos beneficios se ve reflejado en el 82% de participantes que admite no haber tenido apoyo alguno por parte del Estado.

La falta de apoyo gubernamental puede estar relacionado con las limitaciones del crecimiento del negocio y al cierre anticipado del emprendimiento. Esta condición contribuye a acrecentar las brechas de desigualdad entre hombres y mujeres. A esto hay que añadir que el 77 % no ha recibido asistencia por parte de la empresa privada y el 61% desconoce de los créditos que están a disposición de las emprendedoras.

El 72 % de las mujeres emprendedoras estiman que, por su condición de mujeres, enfrentan más óbices en comparación con los hombres, para triunfar en sus emprendimientos, se hace hincapié en que este grupo de mujeres han lidiado con problemas específicos relacionados con su género que han minado el fortalecimiento y el éxito de sus empresas. Esta apreciación está relacionada con la discriminación y el no cumplimiento de las políticas de equidad. Situación que se puede explicar por el desconocimiento de la ley y las omisiones de las autoridades, los empresarios y los usuarios.

En la Tabla 4 se presentan los resultados sobre la pregunta: en una escala del 1 al 5, por favor indique en qué medida cree que la Economía Violeta ha impactado positivamente en los siguientes aspectos de su emprendimiento.

Discusión

La investigación de algunos autores concluye que el crecimiento de los negocios liderados por mujeres en América Latina es menor en comparación con aquellos liderados por hombres. Uno de los principales factores que explican esta diferencia es la doble carga que enfrentan las mujeres al encargarse del hogar y, simultáneamente, de sus actividades económicas. Esta situación genera una desaceleración en el crecimiento de sus negocios, lo que resulta en actividades económicas que solo satisfacen necesidades básicas del hogar y no logran convertirse en fuentes sostenibles de ingresos a largo plazo.^{13,15,16} En línea con estas observaciones, el emprendimiento femenino en México ha crecido significativamente en la última década, especialmente en las grandes ciudades, este surge principalmente por la necesidad de cubrir necesidades familiares, y pocas veces alcanza un desarrollo económico sostenible.^{17,18}

Por otro lado, Inzunza-Mejia et al.¹⁹, enfatizaron la necesidad de implementar políticas públicas que fortalezcan el entorno

Tabla 3. Economía Violeta

Preguntas	Trabajadoras =1041	%
¿Conoce Ud. la finalidad de la Ley de la economía violeta?		
Si	222	21
No	819	79
Ha recibido Ud. apoyo por parte del estado para fortalecer su negocio en los siguientes aspectos?		
Capacitación	118	11
Fuentes de financiamiento	31	3
Facilidad en cuanto a tramites	24	2
No he recibido apoyo	853	82
Otras	15	1
Ha recibido Ud. apoyo por parte de la empresa privada para fortalecer su negocio en los siguientes aspectos?		
Capacitación	121	12
Fuentes de financiamiento	81	8
Facilidad en cuanto a tramites	22	2
No he recibido apoyo	803	77
Otras	14	1
¿Conoce Ud. productos crediticios enfocados a potenciar el emprendimiento de mujeres emprendedoras?		
Sí, me beneficie de él	71	7
No, desconozco por completo	634	61
Sí, pero no me he beneficiado	336	32
¿Considera Ud. que su condición de mujer le ha permitido obtener beneficios para potenciar su negocio?		
Si	287	28
No	754	72

económico y social para apoyar el desarrollo de negocios liderados por mujeres, reconociendo su papel como actores proactivos en la sociedad. Este enfoque cobra especial relevancia cuando se contrasta con los resultados de Monsivaáis et al.²⁰, quienes identificaron que las mujeres participan principalmente en sectores como las finanzas, la educación y el consumo. En la ciudad de Quito, sin embargo, las mujeres están más presentes en los sectores de servicios y alimentación.²¹

En el contexto ecuatoriano, el mayor índice de desempleo se encuentra entre mujeres jóvenes de 18 a 29 años, con un 11.9 %, frente a un 7.2 % en los hombres.²² Este hallazgo subraya la necesidad de un mayor apoyo estatal para fomentar nuevos modelos de negocio con enfoque de género.²³

En cuanto a la situación en Ecuador el Ministerio de Trabajo (2025) señala la necesidad de crear políticas públicas que promuevan la igualdad en el trabajo femenino y combatan la precariedad laboral.²⁴ También sugieren que el estado ha implementado diversas iniciativas para fomentar el emprendimiento, aunque se necesitan más estudios para evaluar la efectividad de estas políticas.²⁵

Tabla 4. Aspectos adicionales

Aspectos	Escala 1	Escala 2	Escala 3	Escala 4	Escala 5
Innovación	41.0	18.3	20.7	9.9	10.2
Sostenibilidad	38.9	21.3	19.1	12.3	8.4
Colaboración	40.8	18.6	20.0	11.2	9.3
Impacto social	39.3	18.1	20.1	11.4	11.1

Todos los valores son porcentajes

En un análisis complementario, se señaló que las mujeres emprendedoras tienen entre 32 y 40 años, viven en zonas urbanas y, en su mayoría, pertenecen a la clase media.²⁶ Además, el 54% de las encuestadas en el presente estudio tienen entre 26 y 45 años, y el 47 % ha completado estudios superiores, seguido por un 32 % con educación secundaria. En cuanto al emprendimiento en mujeres de la zona noroeste de Guayaquil, a principal motivación para emprender es la necesidad económica. La vulnerabilidad de las mujeres en este contexto, especialmente durante la pandemia, se refleja en la mayor tasa de pérdida de empleo femenino en comparación con los hombres.²⁷ Las tasas de analfabetismo, desempleo y deserción escolar son más altas entre las mujeres, lo que pone de manifiesto la necesidad de políticas públicas que aborden estas desigualdades.²⁸

En cuanto a la ciudad de Portoviejo, se destaca que, aunque las mujeres representan el 47 % de los nuevos negocios, siguen enfrentando mayores tasas de desempleo en comparación con los hombres, lo que limita su potencial económico.²⁹ En la zona cuatro de Ecuador, el 58 % de los encuestados percibe una división de roles entre hombres y mujeres, y el 61 % cree que las oportunidades laborales son iguales para ambos géneros. No obstante, solo el 21 % de las encuestadas conocen la Ley de Economía Violeta, lo que sugiere una falta de conciencia sobre las políticas públicas en favor de las mujeres.³⁰

Estos resultados ponen de relieve la necesidad de seguir impulsando políticas públicas que apoyen el emprendimiento femenino para que reduzcan las barreras estructurales que las mujeres enfrentan para lograr un crecimiento económico sostenible.

Conclusiones

El objetivo principal de este estudio fue identificar la percepción de la economía violeta en un grupo representativo de 1,041 mujeres emprendedoras de Quito, basado en 11 categorías clave. Los resultados reflejan un creciente interés y participación de las mujeres en sectores como alimentación, servicios y moda. Sin embargo, persisten significativas brechas en la adopción plena de los principios de la economía violeta, lo que pone de manifiesto la necesidad de una mayor sensibilización y apoyo estructural.

Entre los hallazgos más relevantes, destaca que solo el 36 % de las encuestadas han mantenido sus emprendimientos por más de un año, y un 21 % depende de ellos como única fuente de ingresos para su familia. A pesar de ello, el desconocimiento de estímulos crediticios y apoyos gubernamentales es notable: únicamente el 18 % ha recibido ayuda estatal y un 23 % ha accedido a apoyo del sector privado, lo que refleja una insuficiente penetración

de las políticas públicas dirigidas a empoderar a las mujeres emprendedoras.

El concepto de economía violeta no ha sido asimilado plenamente, lo cual limita el crecimiento de los emprendimientos, no solo por la falta de adopción de principios de equidad, sino también por el desconocimiento de políticas de acción afirmativa que podrían mejorar las condiciones laborales para las mujeres. A pesar de ciertos avances en la participación económica femenina en Quito, las barreras estructurales que impiden su desarrollo siguen vigentes, lo que demanda una acción conjunta para implementar eficazmente las políticas públicas diseñadas para reducir estas desigualdades.

El estudio también revela que la normativa actual, destinada a disminuir la brecha de género y promover la participación femenina, ha beneficiado solo a un 18 % de las encuestadas, mientras que un 82 % no ha experimentado ninguna ventaja derivada de estas leyes. Este desconocimiento y falta de acceso a recursos y capacitaciones, que son esenciales para la innovación y el crecimiento, perpetúan las desigualdades de género y dificultan el éxito empresarial de las mujeres.

Asimismo, se observa un creciente número de mujeres jóvenes que buscan independencia financiera mediante el emprendimiento, y más de la mitad de ellas dependen de su negocio como principal fuente de sustento económico. Estos esfuerzos contribuyen al empoderamiento, la equidad y la mejora en la autoestima, cumpliendo con los principios fundamentales de la economía violeta. Sin embargo, la carencia de educación universitaria en un alto porcentaje de estas emprendedoras limita su capacidad para acceder a oportunidades adicionales y establecer alianzas internacionales, perpetuando así las barreras socioeconómicas de género.

La mayoría de los emprendimientos se han formado en menos de un año, lo que plantea la posibilidad de que no alcancen un nivel de estabilidad adecuado. Esta realidad refleja la precariedad de las condiciones actuales del mercado emprendedor femenino, especialmente en sectores tradicionalmente asociados con mujeres, como la alimentación y los servicios de belleza. Si bien estos campos no son en sí problemáticos, es imperativo que se promuevan otros sectores como la tecnología y las artes, para superar los roles convencionales asignados a las mujeres.

Finalmente, se subraya la importancia del rol de la mujer no solo por su aporte económico directo, sino también por su trabajo no remunerado en el hogar, que es esencial para el bienestar social. Las mujeres emprendedoras han adquirido un papel central en la creación de empleo y en la mejora de la estructura productiva,

aunque aún queda mucho por avanzar para garantizar una economía verdaderamente equitativa y sostenible.

Referencias

1. UNESCO. Los Estados de Asia y el Pacífico le dan prioridad a la cultura para el desarrollo sostenible en la consulta MONDIACULT 2025. UNESCO; 2025. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://www.unesco.org/es/articles/los-estados-de-asia-y-el-pacifico-le-dan-prioridad-la-cultura-para-el-desarrollo-sostenible-en-la>
2. Secretaría de Derechos Humanos del Ecuador. Política Pública Economía Violeta 2021-2025. Secretaría de Derechos Humanos del Ecuador; 2021. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://www.derechoshumanos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Politica-Publica-Economia-Violeta-2021-2025.pdf>
3. Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Arcotel). Agenda de Transformación Digital del Ecuador 2022-2025. Quito: Arcotel; 2022. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2022/08/Agenda-transformacion-digital-2022-2025.pdf>
4. Pinargote M. Ecosistema de economía violeta. Retos y desafíos en el Ecuador. *Rev Cient Arb Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*. 2023; 5(5): 364-378. Doi: 10.59169/pentaciencias.v5i5.743 :
5. Chiriboga M. Determinantes de la economía violeta en el campo laboral ecuatoriano. Trabajo de grado. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Maestría en Derecho con Mención en Gestión Pública; 2023. Disponible en: <https://repositorio.puce.edu.ec/bitstreams/c9b9b28f-f01d-4d1d-a4d2-038944c84a72/download>
6. Castiblanco SEM. La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Rev Fac Cien Econ*. 2013; 21(2): 53-66.
7. Esquivel V. La economía feminista en América Latina. Nueva Sociedad. 2016; 265. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/la-economia-feminista-en-america-latina/>
8. Galecio SGE, Castaño VAJ, Basantes MDR. Emprendimientos impulsados por mujeres ecuatorianas. *CIENCIAMATRIA*. 2019; 5(9): 286-301. DOI 10.35381/cm.v5i9.148
9. Tulla PAF, Pallarés BM, Vera A. Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña. *Cuad Geogr*. 2018; 57(3): 36-57. DOI: 10.30827/cuadgeo.v57i3.5770
10. Priano V. ¿Hubo persecución de brujas en América Latina? *National Geographic*; 2022. Disponible en: <https://www.nationalgeographicla.com/historia/2022/11/hubo-persecucion-de-brujas-en-america-latina>
11. Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). Primera convención feminista sobre los derechos de la mujer en Estados Unidos; 1848. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://www.cndh.org.mx/noticia/primera-convencion-feminista-sobre-los-derechos-de-la-mujer-en-eeuu>
12. Saavedra MLG, Adame MEC. Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio libre*. 2015; 13(22): 129-52. Doi: 10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129
13. Ormeño CB. Emprendimiento femenino: propuesta de un perfil en base al propio discurso de mujeres, desde una perspectiva cualitativa. *Rev Gest Pers Tecnol*. 2014; 7(19): 32-43. Doi: 10.35588/z859ht55.
14. Arteaga CAL, Ojeda HJF, Álvarez ODG. Trayectoria y estrategias de emprendimiento en mujeres. *aDResearch ESIC Int J Commun Res*. 2020; 22(22): 176-95. doi: 10.7263/adresic-022-10.
15. Mastercard. Mujeres en Latinoamérica lideran la intención de emprender con la menor brecha de género a nivel global, revela reporte de Mastercard; 2025. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://www.mastercard.com/news/latin-america/es/sala-de-prensa/comunicados-de-prensa/pr-es/2025/marzo/mujeres-en-latinoamerica-lideran-la-intencion-de-emprender-con-la-menor-brecha-de-genero-a-nivel-global-revela-reporte-de-mastercard/>
16. Banco Mundial. Mujeres en sectores dominados por hombres; 2022. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2022/02/22/mujeres-en-sectores-dominados-por-hombres>
17. Konfio. El emprendimiento femenino en México: crecimiento, desafíos y oportunidades; 2023. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://konfio.mx/blog/gestion-del-negocio/el-emprendimiento-femenino-en-mexico-crecimiento-desafios-y-oportunidades/>
18. Paredes HSP, Castillo LM, Saavedra GML. Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*. 2019; 10(23): 158-67. DOI: 10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8
19. Inzunza-Mejia PC, Gamez GR, Beltran NSE, Rivera-Obregon ML. Políticas públicas para garantizar el emprendimiento creativo de la mujer en México. *Congreso Tragevic*; 2023. Disponible en: <https://congresotragevic.org/ponencia/politicas-publicas-para-garantizar-el-emprendimiento-creativo-de-la-mujer-en-mexico/>
20. Monsiváis-Niebla F. Educación empoderadora para las finanzas de la mujer mexicana. Un análisis crítico de revisión. *Digital Publisher CEIT*. 2024; 9(4): 546-556, doi: 10.33386/593dp.2024.4.2366
21. CORDES; USAID; Corporación Participación Ciudadana. Impacto de la pandemia en el empleo femenino en micro y pequeñas empresas. Corporación Participación Ciudadana; 2022. Disponible en: <https://www.participacionciudadana.org/web/wp-content/uploads/2022/07/Estudio-empleo-femenino-y-pymes-01.pdf>
22. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) Indicadores Laborales. Quito: INEC; 2025. Disponible en: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2025/Enero_2025/202501_Mercado_Laboral.pdf

23. Valarezo LAC. Desde Ecuador se impulsa el emprendimiento con enfoque de género en Latinoamérica. Impacto, 2023; (2). Disponible en: <https://vinculacion.utpl.edu.ec/revistaimpactomas/acciones-con-impacto/desde-ecuador-se-impulsa-el-emprendimiento-con-enfoque-de-genero-en-latinoamerica/>
24. Ministerio del Trabajo. Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2025-006: Reglamento para la igualdad salarial entre mujeres y hombres en Ecuador. Quito: Ministerio del Trabajo; 2025. Disponible en: https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2025/01/Acuerdo-Nro.-MDT-2025-006_11zon.pdf
25. Santander-Astorga P, Fernández C, Yáñez D. Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. Rev Cienc Soc. 2016;22(2):63-77.
26. Gonzales P. Mujeres emprendedoras en Ecuador: ¿Quiénes son, qué las motiva, en qué emprenden? Primicias; 2025. Disponible en: <https://www.primicias.ec/economia/mujeres-emprendedoras-ecuador-emprendimiento-empleo-89253/>
27. Orellana-Intriago FR, Orellana Intriago CE, Buendía Noroña PE. El emprendimiento femenino en la zona noroeste de Guayaquil: motivaciones y vulnerabilidad económica. Rev Publicando. 2021; 8(2): 63-77. Doi: 10.51528/rp.vol8.id2213
28. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Las estadísticas en el Ecuador tienen rostro de mujer. Quito: INEC; 2024.. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/las-estadisticas-en-el-ecuador-tienen-rostro-de-mujer/>
29. Chávez-Toala AR, Feijó-Cuenca NP. El emprendimiento femenino y su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Portoviejo. Pol Con. 2020; 5(43): 554-573.
30. Oliveri ML, Lupica C, La Valley A. Ley de Economía Violeta en Ecuador: un instrumento para promover más y mejores oportunidades laborales para las mujeres. Banco Interamericano de Desarrollo (BID); 2023. Citado: 2025 Jun 13. Disponible en: <https://blogs.iadb.org/igualdad/es/ley-violeta-ecuador/>

© Universidad Libre. 2025. Licence Creative Commons CC-by-nc-sa/4.0. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en>

