

Actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador)

*Entrepreneurship decision attitudes of women in
the province of Tungurahua (Ecuador)*

K L É V E R M O R E N O M O R E N O G A V I L A N E S

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
klevermoreno@uta.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9870-8821>

D A N I E L A A L E X A N D R A M E D I N A L Ó P E Z

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
Correo: dannyalexa25@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4382-0490>

D I E G O R A F A E L C E P E D A R I V E R A

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
Correo: diegocepeda678@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2686-1939>

Fecha de recepción: 20 de abril 2022
Fecha de aceptación: 12 de mayo 2022





Resumen

Los desafíos que han afrontado las mujeres en el campo del emprendimiento han sido identificados como el estatus socio-cultural, el acceso a las redes de información y de negocios, y la obtención de financiamiento. Dichas barreras han limitado su intención de emprender. El objetivo de este estudio fue analizar las actitudes de decisión de emprendimiento en las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador) mediante un análisis factorial exploratorio para la determinación de los factores que inciden en su intención de emprendimiento. La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo-correlacional, que involucró la interacción de las variables identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo e intención emprendedora. Se diseñó un cuestionario de 28 elementos dirigido a 110 mujeres emprendedoras de dicha provincia. Los hallazgos revelaron que, la decisión de emprendimiento de las mujeres de esta provincia ha tenido una relación directa con la identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, y liderazgo. Sin embargo, una de sus deficiencias al momento de optar por la ruta del emprendimiento es la planificación, pues se concluyó que el grupo de estudio carece de hábitos estructurados de planificar y controlar.

Palabras clave: mujeres emprendedoras, oportunidades de negocio, participación laboral, intención emprendedora.



Abstract

The challenges that women have gone through in the field of entrepreneurship have been identified as socio-cultural status, access to information and business networks, and obtaining financing. These barriers have limited the intention to undertake. The objective of the study was to analyze the entrepreneurial decision attitudes of women in the province of Tungurahua through an exploratory factor analysis to determine the factors that affect their entrepreneurial intention. The methodology applied was a quantitative-correlational approach that involved the interaction of the variables identification of opportunities, persistence, planning, sociability, leadership and entrepreneurial intention. A 28-item questionnaire was designed for 110 women entrepreneurs in the province of Tungurahua. The findings revealed that the entrepreneurial decision of women in the province of Tungurahua has had a direct relationship with the identification of opportunities, persistence, planning, sociability, and leadership. However, one of its deficiencies when choosing the entrepreneurial route is planning, since it was concluded that the study group lacks structured planning and control habits.

Keywords: women entrepreneurs, business opportunities, labor participation, entrepreneurial intention.

1. INTRODUCCIÓN

Las barreras que han limitado el emprendimiento entre la población femenina han sido identificadas como el estatus socio-cultural el acceso a las redes de información y de negocios, y la obtención de financiamiento (Carranza et al., 2018). Varios estudios han determinado que existen características diferenciales entre las unidades empresariales creadas y dirigidas por emprendedoras (Lasio et al., 2020). Entre las principales se encuentran: a) un tamaño de empresa reducido en función a los ingresos y empleo y b) cuentan con más dificultades para acceder a la financiación externa por lo que han afectado la supervivencia empresarial (Williams y Donnellon, 2014).

Empresas como Global Entrepreneurship Monitor, Deloitte, Ernst y Young y organismos como: el Banco Mundial y Naciones Unidas demostraron que las mujeres impulsan el crecimiento económico mediante puestos laborales como administradoras, empleadas, consumidoras e incluso emprendedoras. A nivel mundial las mujeres representan el 49.6 % de la población total, aportan el 66 % del total del trabajo global y en países subdesarrollados el salario que perciben está por debajo del 78 % del total pagado al sexo masculino (WEConnect International, 2016).

En el mundo, alrededor de 187 millones de mujeres se dedican al emprendimiento y son dueñas de aproximadamente el 35 % de empresas privadas dentro de la economía formal. Asimismo, se evidenció que las mujeres son más innovadoras que los hombres (Carranza et al., 2018), no obstante, el 47.7 % de las mujeres consideran que no poseen la capacidad suficiente para iniciar un emprendimiento, aunque sus probabilidades para emprender son más prósperas (WEConnect International, 2016).

América Latina es la región con mayor número de mujeres emprendedoras siendo Ecuador el principal país con más de un tercio de ciudadanas ecuatorianas con edad activa para trabajar y con empresas que se encuentran en la etapa inicial, le sigue Chile con el 32 % y Brasil con el 23 % de mujeres emprendedoras (Ekos, 2020). El panorama colombiano indicó que las mujeres reciben en remuneración 20 % menos que los hombres; además, las empresas con mayor número de trabajadoras contribuyen al 42 % del retorno en ventas, son 22 % más productivas y alcanzan el 39 % más de satisfacción en el cliente. En general, las mujeres emprendedoras entre 2014 y 2018 ha incrementado del 44 % al 48 % respectivamente (Cámara de Comercio de Cali, 2021).

Desde 2008 a 2019 en el Ecuador se denotó que las oportunidades de emprender en el sexo masculino (53 %) son mayores que en las mujeres (49 %); aunque el 70% de las mujeres afirma tener capacidades para emprender, el 39 % tiene miedo al fracaso (López et al., 2021). En Ecuador se cuenta con mayor paridad de género en cuanto a actividad emprendedora temprana (TEA); por ello en 2019 se determinó que las

mujeres representaron el 46.5 % en emprendimientos iniciales, el 45.5 % en emprendimientos nacientes, el 47.7 % en emprendimientos nuevos y en emprendimientos ya establecidos alcanzaron el 38 % de participación (Lasio et al., 2020).

El censo de emprendimiento productivos de la provincia de Tungurahua identificó las principales actividades de índole económico que realizan los emprendedores, y encabeza la lista el sector agrícola, ganadería y pesca (40.7 %), manufactura (33.5 %), comercio (14.4 %), servicios (2.09 %) y otros (Rodríguez-Aguilar et al., 2020). No obstante, evidenciaron que los principales problemas de los emprendimientos en Tungurahua, son conseguir nuevos clientes, la comercialización, fuentes de financiamiento y los permisos de funcionamiento (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2021).

El desarrollo de emprendimientos en la provincia de Tungurahua y la participación de las mujeres en las distintas áreas de la producción ha impulsado su inclusión en el mercado laboral. Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue analizar las actitudes de decisión de emprendimiento en las mujeres de la provincia de Tungurahua mediante un análisis factorial exploratorio para la determinación de los factores que inciden en su intención de emprendimiento.

La estructura de este estudio inicia con un breve análisis de la situación de género en los emprendimientos a nivel mundial, regional y nacional. El desarrollo se definió bajo un análisis teórico de las variables de estudio. La metodología equiparó un análisis de índole cuantitativo y correlacional en el tratamiento de las variables a través de la aplicación de un cuestionario dirigido a las mujeres emprendedoras. Los resultados fueron expuestos mediante la aplicación del análisis factorial a la escala de Orientación Actitud Empresarial (EAO). Las conclusiones se establecieron en función al objetivo del estudio y los resultados obtenidos.

2. 2. DESARROLLO

A lo largo del tiempo, el emprendimiento ha tenido su historia y evolución para que distintos pueblos se desarrollen en este ámbito y contribuyan a su crecimiento económico (Peredo et al., 2004). El emprendimiento participa en el mundo, en diferentes sistemas que contribuyen al incremento de empresas, generación de empleos, mejoramiento de la calidad de vida y el crecimiento socioeconómico de un país. Un emprendimiento nace del ser humano, al ser una actividad que se enfoca en satisfacer una necesidad. Por lo que, ser emprendedor conlleva la responsabilidad de asumir riesgos y triunfos, que permitan alcanzar el éxito (Williams y Donnellon, 2014).

■ Emprendimiento

González y Ruiz (2015) consideran el emprendimiento como la intención producto de un comportamiento actual que captura el grado de motivación de las personas. Como complemento, Ajzen (1991) atribuye el deseo de hacer un esfuerzo para ejecutar un comportamiento. Por lo tanto, emprender es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone en todo el mundo. Vásquez en su estudio de 2015 considera que prácticamente es imposible hablar de emprendimiento y no relacionarlo con el término “innovación”, puesto que son indispensables para agregar un valor añadido a un producto o servicio (Suárez, 2017).

La idea de espíritu emprendedor se relaciona con los individuos que mueven recursos y corren riesgos para iniciar empresas o negocios. Aunque existen emprendedores en todas las áreas de la actividad humana, en este sentido, la palabra designa a la persona que establece una empresa (McKenzie y Woodruff, 2014). Así, algunas definiciones señalan que las personas que desean ser dueños o implantar ideas o deseos de negocio deben estar enfocadas y motivadas para liderar un emprendimiento, lo cual conlleva la creación de fuentes nuevas de empleo, innovación, sostenibilidad y estabilidad que beneficie a la sociedad en el tiempo.

Emprendedor es aquella persona con ideas innovadoras que desarrolla y comercializa en el mercado, porque percibe que en este existe una oportunidad (Gilmore, 2011). En Latinoamérica los emprendedores son un universo heterogéneo que abarca desde micro y pequeñas empresas de subsistencia hasta medianas empresas competitivas y con capacidad exportadora. Por lo tanto, son imprescindibles los nuevos aportes de entes emprendedores que contribuyan al mejoramiento de la economía a nivel nacional (Dhahri y Omri, 2018).

Debido a que el emprendimiento provee de un extenso conjunto de oportunidades de empleo e innovación, la discusión sobre cómo incentivar el espíritu empresarial cobró relevancia. El conocimiento, las habilidades y las actitudes requeridas en la formación de emprendedores gozan de una creciente atención entre académicos, investigadores y agendas políticas, en economías desarrolladas (Kuratko et al., 2015). En otras palabras, el emprendedor tiene que ser innovador, investigadora, con cualidades que le permitan generar una oportunidad para emprender, satisfaciendo una necesidad.

A partir de lo que se identifica, en primera instancia, los emprendimientos se realizan de forma empírica para su subsistencia diaria, lo que conlleva a que exista la necesidad de tecnificar el sector con herramientas prácticas que conduzcan al crecimiento local, cantonal y provincial (Dahlqvist y Wiklund, 2012). Por lo tanto, los emprendimientos productivos causan un efecto positivo en la economía nacional (Bird, 2019).

■ Calidad de vida

La calidad de vida es un estado en que los seres humanos se identifican en la forma de vivir, su correcta forma de alimentación, su estado mental, físico, espiritual; lo que la situación económica y financiera. Aspectos que en conjunto se identifican con el bienestar óptimo, como principio mínimo para todo ser humano (Borja et al., 2020). Asimismo, León et al. (2003) señalan que la calidad de vida es un concepto que abarca todos los aspectos de la vida, tal como lo experimentan las personas, incluyendo la salud física, el equilibrio psíquico, la autonomía mental y la responsabilidad social. Además, se asocia con la educación y la práctica formativa, a partir del deseo de obtener el reconocimiento y conseguir en lo posible la perfección del ser humano. Por lo tanto, la calidad de vida es una búsqueda constante de todo ser humano de un bienestar total, que de una u otra forma le provea autosuficiencia integral (Ruggeri et al., 2020).

■ Economía

Al hablar de emprendimientos, es preciso abordar la concepción de economía en la generación de riqueza. La economía es la ciencia que examina la actividad individual y social especialmente consagrada a alcanzar y utilizar las condiciones materiales del bienestar (Lumpkin y Bacq, 2019). También se relaciona con el estudio de la conducta humana como una relación entre fines y medios que son escasos y susceptibles de usos alternativos (Howson, 2019). Además, es la ciencia que estudia la optimización de recursos escasos para la satisfacción de las necesidades ilimitadas.

No hay duda de la positiva influencia que tiene la economía sobre los resultados nacionales; así, un país que no tenga entre sus prioridades el fomento del autoempleo corre el riesgo de que se estanque su progreso económico y social (Rodríguez-Aguilar et al., 2020). Mientras que, la microeconomía es la ciencia económica que se enfoca al estudio de la unidad económica denominada empresa y del comportamiento del consumidor individual y se encarga del funcionamiento detallado de los fenómenos de producción, distribución y consumo de los bienes y servicios, así como la forma en que la economía con base en el manejo adecuado del mecanismo del mercado (Ávila y Lugo, 2004).

La economía doméstica es, por tanto: regular, controlar, proveer y satisfacer a los miembros de una familia con los recursos suficientes para que tengan una calidad de vida aceptable. Esta gestión es una responsabilidad de todos los miembros del núcleo familiar, que deben conocer todos los componentes de dicha economía, como son el trabajo, los ingresos, los gastos y el ahorro (Chávez y Rodríguez, 2016). La asociación de familias para establecer un emprendimiento las constituye en economías familiares, permitiéndoles lograr el ingreso al mercado y ser más competitivas, con la fina-

lidad de sostenerse en el tiempo. De esta forma, el asociamiento colectivo brinda la posibilidad de generar mayores oportunidades para el desarrollo de emprendimientos locales y contribuir al desarrollo local y regional (López et al., 2021).

■ Sub-escalas de emprendimiento

En una búsqueda de la investigación de la variable personal en el espíritu empresarial se han identificado varias características que tienden a distinguir a los empresarios de los demás. Con base en el cuerpo de investigación sobre personalidad y emprendimiento, se identificaron cuatro constructos que se han utilizado comúnmente al tratar la motivación empresarial y/o la investigación sobre el emprendedor: necesidad de logro (McClelland en 1991), locus de control (Rotter en 1966), autoestima (Crandall en 1973), e innovación (Kirton en 1978) (Robinson et al., 1991). La escala de Orientación Actitud Empresarial (EAO) implementa las cuatro sub-escalas, compuestas cada una por 3 componentes: afecto, cognición y conación. Las cuatro sub-escalas de actitud son:

- a. Logro en los negocios
- b. Innovación en los negocios
- c. Control personal percibido de los resultados comerciales
- d. Autoestima percibida en los negocios

3. 3. MÉTODO

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y correlacional, puesto que, se determinó si las variables de la escala EAO (identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo e intensidad emprendedora) (x) inciden en las actitudes de decisión de las mujeres emprendedoras (y) (Hernández et al., 2014). Por lo tanto, se aplicó un método estadístico de análisis factorial exploratorio según el método de rotación Varimax para determinar a través de cargas factoriales las variables predominantes. Para ello se utilizó un cuestionario validado por cita y aplicado a las mujeres emprendedoras de la provincia de Cotopaxi.

■ Participantes

Se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple a una población de 39.990 unidades de emprendimientos productivos en la provincia de Tungurahua (Valle et al., 2021). Del cual la muestra fue de 110 participantes, bajo un nivel de confianza del 91,72 % y un error del 8,28 %.

■ Tipo de instrumento

Se aplicó el cuestionario mediante una aplicación online a las mujeres emprendedoras de la provincia de Tungurahua con base en 6 constructos: identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo e intensidad emprendedora para determinar los factores que influyeron en las mujeres para iniciar su emprendimiento.

■ Diseño del instrumento

El cuestionario estableció 28 ítems, divididos en los 6 constructos, en los que la identificación de oportunidades estuvo compuesta por 5 ítems (IDOP1, IDOP2, IDOP3, IDOP4 y IDOP5) para determinar la capacidad y aprovechamiento de las circunstancias que se presentan para emprender. La persistencia estuvo integrada por 5 ítems (PRST1, PRST2, PRST3, PRST4 y PRST5) con el fin de establecer el grado de actitud hacia el fracaso. La planificación fue medida a través de 5 ítems (PLNF1, PLNF2, PLNF3, PLNF4 y PLNF5) para definir la claridad de las metas y los objetivos que pretende alcanzar. La sociabilidad fue evaluado a través de 4 ítems (SOCB1, SOCB2, SOCB3 y SOCB4) para determinar el grado de interacción entre el emprendedor y sus posibles clientes. El liderazgo estuvo compuesto por 5 ítems (LIDR1, LIDR2, LIDR3, LIDR4 y LIDR5) que identificaron el grado de liderazgo que las mujeres pueden ejercer frente a un negocio. La intensidad emprendedora fue definido a través de 4 ítems (INEM1, INEM2, INEM3 y INEM4) con la finalidad de detectar la intensidad de emprender que poseen las mujeres para que su negocio crezca.

El cuestionario estableció 28 ítems que fueron evaluados a través de la escala de Likert con base en los criterios de frecuencia (1= nunca, 2= casi nunca, 3= a veces, 4= casi siempre y 5= siempre) para identificar la percepción que tienen las mujeres en cuanto al emprendimiento y las subescalas evaluadas (Malhotra, 2008).

■ Validación del instrumento

El coeficiente alfa es aplicado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados (George y Mallery, 2016). También se puede concebir este coeficiente como la medida en la cual algún constructo, concepto o factor medido está presente en cada ítem. El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja. Por su parte, el valor máximo esperado es 0,90; por encima de este valor se considera que hay redundancia o duplicación. Usualmente, se prefiere que los valores de alfa oscilen entre 0,80 y 0,90 (Soler y Soler, 2012).

La aplicación del instrumento del estudio denotó que, el coeficiente alfa obtenido de las variables: identificación de oportunidades (,855) persistencia (,740), planificación (,710) sociabilidad (,799) liderazgo (,807) e intención emprendedora (,925), en el que los componentes indicaron una relación aceptable. Esto generó un coeficiente alfa global de $\alpha = ,943$ en el cual, se demostró que existió excelente confiabilidad en la aplicación del instrumento de 28 ítems (ver tabla 1).

Tabla 1. Ficha técnica

Variables	COD	Alfa de Cronbach	N de elementos
Identificación de oportunidades	IDOP	,855	5
Persistencia	PRST	,740	5
planificación	PLNF	,710	5
Sociabilidad	SOCB	,799	4
Liderazgo	LIDR	,807	5
Intención emprendedora	INEM	,925	4
α Alfa global		,943	28

Nota: el instrumento fue confiable para su aplicación según los rangos 0 – 0,5 (inaceptable); 0,5 – 0,6 (pobre); 0,6 – 0,7 (débil); 0,7 – 0,8 (aceptable); 0,8 – 0,9 (bueno); 0,9 – 1,0 (Excelente).

4. 4. RESULTADOS

4.1 Aplicación de análisis factorial

■ Coeficiente KMO y Prueba de esfericidad de Bartlett

La medida de adecuación muestral KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) contrasta las correlaciones parciales existentes entre ítems para conocer si eran suficientemente pequeñas. La lógica del índice KMO es que las variables formen parte de otros factores comunes mediante correlaciones parciales pequeñas. El estadístico ayuda a evaluar la adecuación del conjunto de datos de la muestra al análisis factorial, por lo tanto, mientras oscile entre el rango de 0,8 – 0,9 demuestra que es bueno (Romero et al., 2020). De esta forma, el instrumento aplicado a las mujeres emprendedoras reflejó una relación asintótica de $0,875 \approx 87,5\%$ entre las variables (identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo, e intención de emprendimiento). Dicho de otra manera, los factores estudiados tienen relación. Por otro lado, la prueba de esfericidad de Bartlett demostró que existe normalidad en los datos obtenidos, pues denotó un valor $p \leq 0,000$. Por lo tanto, el estadístico permitió proce-

der a la extracción de componentes que expliquen la asociación de variables según las dimensiones obtenidas (ver tabla 2).

Tabla 2. KMO y prueba de esfericidad de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,875
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1682,475
	G1	253
	Sig.	,000

a. Determinante = 5,364E-008

Nota. Los datos fueron extraídos de la encuesta aplicada a las mujeres emprendedoras.

■ Extracción de componentes óptimos y matriz de varianzas explicadas

La tabla 3 determinó que los componentes: identificación de oportunidades (IDOP), persistencia (PRST), planificación (PLNF), sociabilidad (SCB), liderazgo (LDR). De manera que, las mujeres han señalado como sus principales prioridades en su intención de emprendimiento en la provincia de Tungurahua. En términos estadísticos se verificó que, los componentes establecidos fueron resultado del método de extracción varimax, en el que las sumas de las saturaciones al cuadrado de cada factor coincidieron con los autovalores iniciales. Esto es debido a que la matriz de estructura factorial ha cambiado. De esta manera, el quinto componente explicó un 68 % de la varianza total. Los expertos Romero y Mora (2020) señalan que la varianza debe ser superior a 60 % para considerarse aceptable.

Tabla 3. Extracción de componentes y varianzas explicadas

Factor	Comunalidad	Total	% de la varianza	% acumulado
IDOP	1,000	4,620	44,581	44,581
PRST	1,000	3,932	7,574	52,155
PLNF	1,000	2,791	6,378	58,533
SOCB	1,000	2,254	5,689	64,222
LDR	1,000	2,246	4,664	68,885

Nota. los componentes determinados fueron codificados según identificación de oportunidades (IDOP), persistencia (PRST), planificación (PLNF), sociabilidad (SCB), liderazgo (LDR).

■ Gráfico de sedimentación

El gráfico de sedimentación sirvió para definir el número óptimo de ítems. Su consistencia representó el tamaño de los autovalores obtenidos en la tabla 6. Los autovalores indicaron la cantidad de varianza explicada por una componente principal, de manera que fueron ordenados de mayor a menor. El primer autovalor es el mayor de los posibles, y los que se aproximaron a cero denotaron que son incapaces de explicar una cantidad relevante de la varianza total. Los autovalores residuales fueron ubicados en la parte derecha de la figura 1. De forma que se creó una planicie de poca inclinación frente a la fuerte pendiente formada por los autovalores que explican la mayor parte de la varianza de los componentes establecidos en el análisis factorial. Por ello, se lo conoce como el gráfico de codo, pues al estar un instrumento bien diseñado toma dicha formación (ver figura 1).

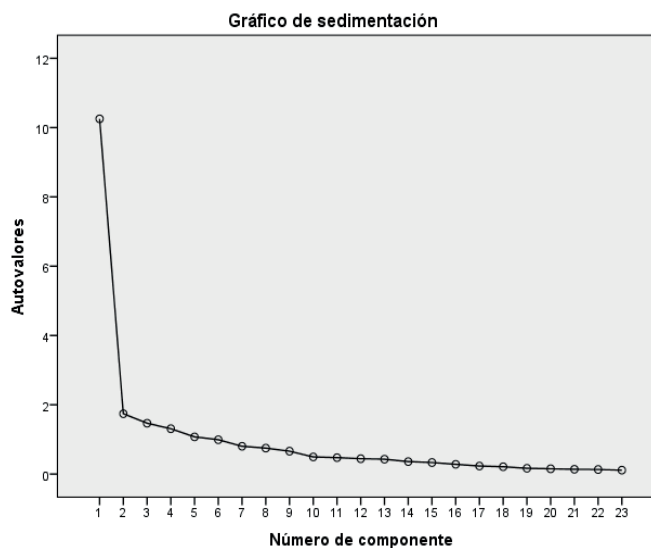


Figura 1. Gráfico de sedimentación de datos

Nota: el método de componentes principales fue utilizado para la representación según el proceso C del análisis factorial.

■ Matriz de componentes rotados

La tabla 4 estableció la solución factorial, pues se definieron las correlaciones existentes entre los ítems y las variables. En este caso, los investigadores utilizaron el método de componentes principales para la extracción de datos. Luego de comparar las saturaciones relativas de cada ítem dentro de las variables estudiadas (PLNF, IDOP, LIDR, SOCB, PRST) se determinó las relaciones significativas y no significativas. Se codificó el ítem según el orden del cuestionario, debido a la magnitud de caracteres que limitaban la apreciación de los resultados obtenidos (ver tabla 4).

El componente de *planificación* demostró una relación directa entre entender las necesidades de los demás y saberlas clasificar, poseer gusto de aprendizaje por las necesidades de los individuos. No obstante, se verificó que no se saben reconocer las oportunidades de negocio; a su vez desconocen cómo obtener el máximo beneficio.

El componente *identificación de oportunidades* identificó una relación con la resiliencia que poseen las mujeres al tener una dificultad; a la vez, miran el fracaso como una manera de aprender. Por otro lado, el componente liderazgo determinó que las mujeres no establecen claramente sus objetivos, no poseen planificaciones detalladas, asumen que un efecto de lo mencionado es el fracaso. Sin embargo, se les facilita la socialización con las personas y tener un trato directo. Cabe señalar que el mantener relaciones duraderas con su red personal no es la adecuada.

El componente de *persistencia* se relacionó con la intención emprendedora, puesto que su aspiración es tener un negocio, aunque se encuentren trabajando bajo dependencia, por lo tanto, su mayor logro es tener un negocio en ejecución y funcionamiento.

Tabla 4. Matriz de componentes rotados

ITEM	Componentes				
	PLNF	IDOP	LIDR	SOCB	PRST
IDOP 1	,800	-,028	,423	,077	,047
IDOP 2	,720	,233	,047	,216	,294
IDOP 3	,400	-,016	,098	,136	,642
IDOP 4	,480	,061	,093	,067	,706
IDOP 5	,561	,465	,054	,077	,424
PRST1	,039	,836	,082	,035	,008
PRST2	,547	,550	,054	,220	-,017
PLNF1	,061	,507	,687	,171	,020
PLNF2	,100	,540	,146	,243	,245
PLNF3	,134	,118	,293	,789	,121
PLNF4	,200	,588	,332	,084	,403
PLNF5	,167	,093	,770	-,076	,275
SOCB1	,245	,510	,362	-,072	,405
SOCB2	,110	,363	,360	,302	,510
SOCB3	,358	,545	,141	,329	,269
SOCB4	,208	,181	,470	,295	,350
LDR1	,148	,185	-,127	,788	,215

ITEM	Componentes				
	PLNF	IDOP	LIDR	SOCB	PRST
LDR2	,447	,344	-,079	,482	,360
LDR3	,171	,777	,197	,244	,189
INEM1	,099	,384	,151	,295	,662
INEM2	,029	,643	,042	,112	,485
INEM3	-,084	,289	,328	,271	,717
INEM4	,131	,551	,240	,147	,649

Nota. Los valores fueron obtenidos mediante el método de componentes principales.

■ Análisis de validez correlacional

El coeficiente de correlación de Pearson mide el grado de asociación entre dos cantidades y es recomendable utilizarlo cuando los datos presentan valores extremos. Las relaciones son interpretadas en rangos que expresan: 0 – 0,25 (Escasa o nula), 0,26 - 0,50 (Débil), 0,51- 0,75 (Moderada), y 0,76 - 1,00 (Perfecta) (Restrepo y González, 2017).

El análisis de validez convergente de la intención de emprendimiento (INEM) reveló correlaciones positivas hacia la identificación de oportunidades ($r=,389$; débil), el liderazgo ($r=,393$; débil), la sociabilidad ($r=,382$ débil), y la persistencia ($r=,281$; débil). Sin embargo, existió una relación escasa hacia la planificación ($r=,135$; escaza).

Tabla 5. Análisis de validez convergente y discriminante

	IDOP	PRST	PLNF	SOCB	LIDR	INEM
IDOP	1,000					
PRST	,281**	1,000				
PLNF	,135	,161	1,000			
SOCB	,382**	,098	,512**	1,000		
LIDR	,393**	,130	,520**	,406**	1,000	
INEM	,389**	,015	,379**	,363**	,303**	1,000

Nota. Las variables están codificadas con la identificación de oportunidades (IDOP), persistencia (PRST), planificación (PLNF), sociabilidad (SCB), liderazgo (LDR), e intención de emprendimiento (INEMI).

5. 5. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

El cuadro de comprobación de hipótesis tuvo como fundamento a la prueba estadística Chi cuadrado de Pearson, en la que se establecieron 5 criterios, de los cuales todos tuvieron relación afirmativa. La hipótesis 1 estableció que la identificación de oportunidades influye positivamente en la intención emprendedora de las mujeres de Tungurahua ($H1=,000$). En este sentido, Fernández y Gervilla (2013) también afirmaron que el proceso de identificación de oportunidades es claramente un proceso intencional, y eso explica que las intenciones merezcan claramente la atención del estudio del emprendedor, pues la acción de emprender no es un acto reflejo, sino que ocurre teniendo en cuenta unas intenciones previas.

La hipótesis 2, por su parte, estableció que la persistencia de la mujer sí tiene una conjetura positiva hacia la intención del emprendimiento ($H2=,000$). Es importante especificar el argumento de Garavito et al. (2021), pues concluyen que la autoeficacia es un concepto cercano a la acción y la intencionalidad de la misma puede ser utilizada para predecir y estudiar la elección de la conducta, la persistencia y eficacia de la mente de la mujer emprendedora.

La respuesta de la hipótesis 3 fue afirmativa, pues se especificó que la planificación influye positivamente en la intención de emprender de la mujer ($H3=,000$). En este sentido, Aguirre et al. (2016) especifican que la relación con la capacidad empresarial se enfoca en la creación de empresas. De tal manera, los atributos que la conforman son la creatividad y la orientación a la innovación mediante la planificación, organización y dirección de proyectos direccionados al cumplimiento de objetivos de vida de las mujeres.

La sociabilidad es un factor emocional que influye positivamente en la intención emprendedora de la mujer ($H4=,000$). Torres y Vidal (2019) afirmaron que la sociabilidad se centra en las propias relaciones sociales y la influencia social, pues evalúa la influencia de la mujer en una variedad de escenarios sociales, en lugar de centrarse simplemente en las relaciones personales con familiares y amigos. Dicho en otras palabras, los hacen buenos oyentes y comunicadoras efectivas.

La hipótesis 5 postuló que el liderazgo tiene una conjetura positiva en la intención del emprendimiento de la mujer ($H5=,000$). Por tal razón, González (2020) afirmó que las mujeres son quienes han participado en su liderazgo, a partir de la conquista como microempresarias de negocios de belleza. Pues se refiere a ellas como emprendedoras en los contextos de discriminación de género y raza, pues pueden solucionar problemas propios de las identidades y manejo de clientes.

Tabla 6. Análisis de validez convergente y discriminante

Hipótesis	X ² Pearson	Sig.	Decisión
H ₁ . La identificación de oportunidades influye positivamente en la intención emprendedora de las mujeres	39,89	,000	Soportada
H ₂ . La persistencia de la mujer tiene una conjetura positiva hacia la intención del emprendimiento	38,23	,000	Soportada
H ₃ . La planificación influye positivamente en la intención de emprender de la mujer	61,009	,000	Soportada
H ₄ . La sociabilidad de la mujer influye positivamente en la intención emprendedora	47,55	,000	Soportada
H ₅ . El liderazgo tiene una conjetura positiva en la intención del emprendimiento de la mujer	123,82	,000	Soportada

Nota. los datos fueron obtenidos del proceso estadístico de Chi cuadrado de Pearson. Los valores para ser considerados aceptables deben tener un valor $p < 0,05$.

6. CONCLUSIONES

La intención de emprendimiento de las mujeres ha tenido un impacto relevante en los últimos años y el estudio propuesto corrobora dicha afirmación. Ante ello, fueron analizadas las actitudes de decisión de emprendimiento en las mujeres de la provincia de Tungurahua mediante un análisis factorial exploratorio para la determinación de los factores que inciden en su intención por emprender. Por lo tanto, se identificó una relación directa hacia la identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, y liderazgo. Si bien las mujeres han sido catalogadas como unas administradoras efectivas, sin embargo, una de sus deficiencias al momento de optar por la ruta del emprendimiento es la planificación, pues se concluyó que el grupo de estudio carece de hábitos estructurados de planificar y controlar. No obstante, saben reconocer las necesidades que su compañero posee y tratan de solventar dicha necesidad. Además, la persistencia de las mujeres ha demostrado que les han permitido identificar oportunidades, pero no ha podido obtener una maximización en el beneficio identificado.

La capacidad empresarial ha sido focalizada hacia la creación de nuevas empresas y parte de sus atributos, como la creatividad e innovación a través del proceso administrativo de proyectos, han permitido que los grupos de la sociedad logren alcanzar sus objetivos de vida, como lo mencionan Aguirre et al. (2016). Dicho planteamiento hace conjeturar que existe una limitación en el proceso inicial del fenómeno emprendedor, pues el análisis de literatura reveló que las intenciones de la población potencialmente

empresaria se ven influenciada por el empleo y la inclusión al mercado laboral. Por lo tanto, se sugiere que dichas determinantes deben tomarse en consideración en un futuro trabajo.

7. REFERENCIAS

- Aguirre, J. J., Orellana, B. S., Molina, A. P., y Gaona, L. B. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (81), 238-261.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ávila y Lugo, J. (2004). *Introducción a la economía*. Plaza y Valdés.
- Bird, B. (2019). Toward a Theory of Entrepreneurial Competency. *Seminal Ideas for the Next Twenty-Five Years of Advances*, 21, 115-131.
- Borja, A., Carvajal, H., y Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183-196.
- Cámara de Comercio de Cali. (2021). *Mujer y Empresa Contexto, cifras y recomendaciones*. Cali: Cámara de Comercio de Cali.
- Carranza, Y. G., Cercado, M. J., y Solano, S. E. (2018). Emprendimientos femeninos en Ecuador. *Revista Publicando*, 5(14 (2)), 57-66.
- Chávez, Á., y Rodríguez, A. (2016). Aprovechamiento de residuos orgánicos agrícolas y forestales en Iberoamérica. *Academia Y Virtualidad*, 9(2), 90-107.
- Dahlqvist, J., y Wiklund, J. (2012). Measuring the market newness of new ventures. *Journal of Business Venturing* 27(2), 185-196. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.12.001>
- Dhahri, S., y Omri, A. (2018). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say? *World Development*, 106, 64-77.
- Ekos. (1 de diciembre de 2020). Ecuador tiene el mayor porcentaje de mujeres emprendedoras en el mundo. *Ekos*: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-tiene-el-mayor-porcentaje-de-mujeres-emprendedoras-en-el-mundo>.
- Fernández, R. V., y Gervilla, M. J. Q. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127-149.
- Garavito-Hernández, Y., García-Méndez, S. y Calderón-Campos, J. A. (2021). La intención emprendedora y su relación con las características personales y del contexto de las mujeres universitarias. *I+ D Revista de Investigaciones*, 16(1), 238-253.
- George, D., y Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A Simple Guide and Reference* (14ª ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315545899>
- Gilmore, A. (2011). Entrepreneurial and SME marketing. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 13(2), 137-145.
- González, S., y Ruiz, I. (2015). VALORES DE ÉXITO Y EMPRENDIMIENTO. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(2), 171-184.
- González, J. (2020). Influencia de los estados afectivos frente a la elección de salones de belleza NAIL BAR en mujeres entre 18-40 años de la ciudad de Bogotá.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). McGRAW-HILL.
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (15 de marzo de 2021). *Censo de Emprendimiento Productivo concluyó con gran éxito*. Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua: <https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/viceprefectura?start=5>
- Howson, S. (2019). Lionel Robbins. In *The Elgar Companion to John Maynard Keynes*. Cheltenham (p. 672). Edward Elgar Publishing.
- Kuratko, D., Hornsby, J. y Hayton, J. (2015). Corporate entrepreneurship: the innovative challenge for a new global economic reality. *Small Business Economics*, 45, 245–253.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J. y Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf: ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL.
- León, J., Morales, J., Rivera, J. y Mitchell, A. (2003). review about the impact of multiple sclerosis on health-related quality of life. *Disability and Rehabilitation*, 25(23), 1291-1303.
- López, R. A. B., Hidalgo, W. A. H., y Delgado, E. P. M. (2021). Realidad de los Microcréditos para los Emprendimientos Femeninos en la Zona Noroeste de Guayaquil, Ecuador. *Revista Publicando*, 8(31), 153-164.
- Lumpkin, G., y Bacq, S. (2019). Civic Wealth Creation: A New View of Stakeholder Engagement and Societal Impact. *Academy of Management Perspectives*, 33(4).
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Pearson Educación.
- McKenzie, D., y Woodruff, C. (2014). What Are We Learning from Business Training and Entrepreneurship Evaluations around the Developing World? *The World Bank Research Observer*, 19(1), 48–82.
- Peredo, A., Anderson, R., Galbraith, C., y Honig, B. (2004). Towards a theory of indigenous entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(2), 1-20.
- Restrepo, L. F., y González, J. (2017). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(2), 183-192.
- Rodríguez-Aguilar, V. R., Reina-Pinargote, C. R., Rodríguez-Moran, K. G., y Cañarte-Quimis, L. T. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*, 5(4), 91-113.
- Romero, K. P., y Mora, O. M. (2020). Análisis factorial exploratorio mediante el uso de las medidas de adecuación muestral KMO y esfericidad de Bartlett para determinar factores principales. *Journal of Science and Research*, 5, 903-924.
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J., y Hunt, K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-32.
- Ruggeri, K., Garcia, E., Maguire, Á., Matz, S., y Huppert, F. (2020). Well-being is more than happiness and life satisfaction: a multidimensional analysis of 21 countries. *Health and Quality of Life Outcomes*, 192, 1-16.
- Soler, S. F., y Soler, L. (2018). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Revista Médica Electrónica*, 34(1), 01-06.
- Suárez, F. (2017). Fomento del emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas. *Tendencia*, 18(2), 183-196.

- Torres-Coronas, T., y Vidal-Blasco, M. A. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 108-135. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6522>
- Valle, T., Sánchez, A., Vayas, T., Mayorga, F. y Freire, C. (2021). *EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS EN TUNGURAHUA*. <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2021/08/Empresas-y-establecimientos-en-Tungurahua.pdf>: Observatorio Económico y Social de Tungurahua.
- WEConnect International. (2016). *¿Qué sabemos de las mujeres en la economía de hoy?* Retrieved from WEConnect International: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-sabemos-de-las-mujeres-en-la-econom%C3%ADa-de-hoy>
- Williams, K. y Donnellon, A. (2014). Personalizing Entrepreneurial Learning: A Pedagogy for Facilitating the Know Why. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(2), 167-204.