

Incidencia de los Emprendimientos Productivos en el Sector Agrícola en el Nivel Económico y Social de las Mujeres del Cantón Pujilí Provincia de Cotopaxi en el Periodo 2021

Paucar Chilibingua, Yéssica Alexandra¹

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí
alexandra1992-16@hotmail.com

Osorio Jiménez, Katherine Elizabeth²

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí
kattyjai-osorio@hotmail.com

Fabara Zambrano, Xavier Hermógenes³

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí
xhfabara@espe.edu.ec

Recibido: 07/12/2022

Aceptado: 31/03/2023

RESUMEN

Los desafíos que han atravesado 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 la intención de emprender. El objetivo del estudio fue determinar la incidencia actitudinal de los emprendimientos y los factores socioeconómicos de las mujeres del cantón Pujilí, de la provincia de Cotopaxi. La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo-correlacional que involucró la interacción de las variables identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo e intensidad emprendedora. Se diseñó un cuestionario de 28 elementos que fue dirigido a 200 mujeres emprendedoras. Los hallazgos revelaron que, la decisión de emprendimiento de las mujeres ha tenido una relación directa hacia 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; intensidad emprendedora.

¹ Gerente Financiera y Administrador de Riesgos, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Sangolquí. Ecuador.

² Docente en el Instituto Superior Tecnológico Cotopaxi, Instituto Superior Tecnológico Cotopaxi. Ecuador.

³ Docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga. Ecuador.

Incidence of productive enterprises in the agricultural sector on the economic and social level of women in the Pujilí canton, province of Cotopaxi in the period 2021

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 Pujilí canton 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 200 women entrepreneurs. The findings revealed that the entrepreneurial decision of women 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.

Introducción

Las mujeres son las principales impulsadoras de crecimiento laboral en la economía mundial, así lo afirmaron varias investigaciones de importantes empresas como Ernst & Young, Global Entrepreneurship Monitor, Deloitte, y de organismos de estadísticas mundiales como el Banco Mundial y Naciones Unidas. Las mujeres conforman el 49.6% de la población mundial, ellas aportan el 66% del trabajo total y pese a ello, en países subdesarrollados el salario que perciben se encuentra por debajo del 78% del que es pagado a los individuos de género masculino (WEConnect International, 2016).

Alrededor de 187 millones de mujeres en el mundo se dedican a emprender y varias de ellas son dueñas de aproximadamente el 35% de empresas privadas que se



manejan dentro de la economía formal. WEConnect International (2016) en su estudio identificó que las mujeres son más innovadoras que los hombres. No obstante, el 47.7% de las mujeres creen no tener la capacidad suficiente para iniciar un emprendimiento, aunque sus probabilidades para emprender son mayores a las de cualquier otro individuo de sexo opuesto. El informe de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) señaló que España encabeza el emprendimiento femenino dentro del entorno europeo, donde el 48% de emprendedores son mujeres y su perfil se enmarca en edades entre 36 y 49 años (43%), poseen educación de formación profesional (34%) y buscan una oportunidad de emprender (42%) (FEDEPE, 2021).

En este orden de ideas, América Latina se destaca por ser la región con mayor número de mujeres emprendedoras y Ecuador es el país con más de un tercio de ciudadanas ecuatorianas con edad activa para trabajar, le siguen Chile con el 32% y Brasil con el 23% de mujeres emprendedoras (Ekos, 2020). En Colombia se identificó que las mujeres reciben menos remuneración que los hombres (-20%), además, identificaron que las empresas con mayor número de trabajadoras contribuyen al 42% de retorno en ventas y son 22% más productivas. En cuanto a la producción, el sector agropecuario cuenta con el 35,5% de participación de la mujer (Cámara de Comercio de Cali, 2021).

En Argentina, durante el año 2018 las mujeres representaron el 40% del total de emprendedores y el 39% de mujeres perciben que existen oportunidades para iniciar un emprendimiento y en cuestión de habilidades y conocimientos para emprender, el 82% de mujeres se sienten preparadas (Comercio y Justicia, 2019).

En un estudio que compila información desde el año 2009 al año 2019 denotó que las oportunidades de emprender en el Ecuador son mayores para los hombres (53%) a comparación de las mujeres (49%), aunque el 70% de las mujeres han demostrado tener capacidades para emprender, el 39% de ellas, tienen temor de fracasar. El Ecuador es uno de los países que cuenta con mayor paridad de género

en cuanto a actividad emprendedora temprana, por ello en el año 2019 determinaron que el 47% de las mujeres poseen emprendimientos iniciales, el 46% son nacientes, el 48% son nuevos y el 38% poseen emprendimientos ya establecidos (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020).

Cañar es una de las provincias que se ubica en la sierra ecuatoriana donde se ha presenciado que, el 85% de emprendedores son del sexo femenino, de igual manera, hasta el año 2017 identificaron que el 36.6% de emprendedores se ubican en las zonas rurales y en esta provincia el 56.8% de las mujeres emprenden por necesidad (Ordóñez, Ruiz, & Rodríguez, 2019).

La provincia de Cotopaxi ubicada en la sierra centro ecuatoriana, cuyas actividades económicas se orientan a la producción agrícola, posee la participación de productores mujeres del 30.9%. Además, Cotopaxi utiliza el área agrícola (2.64%) y agropecuaria mixta (10.7%) en relación al área total nacional y en cuanto a su extensión territorial utilizan el 13.49% (MAG, 2020). Sin embargo, en el cantón Pujilí perteneciente a la provincia de Cotopaxi no ha registrado indicios de que los emprendimientos agrícolas hayan influido de manera directa en el factor socioeconómico de las mujeres. Por lo cual, se pierde la oportunidad de un crecimiento productivo económico, social y cultural para el sector y el cantón.

En relación a la problemática identificada en los emprendimientos y la participación de las mujeres no se ha enfatizado en los factores socioeconómicos y actitudinales que ellas tienen frente a la labor agrícola (Suarez, 2017). Por ello, el objetivo de la presente investigación se ejecuta en determinar la incidencia actitudinal de los emprendimientos y los factores socioeconómicos de las mujeres del cantón Pujilí, de la provincia de Cotopaxi mediante la aplicación de un análisis correlacional que contribuye a la definición de los factores que impulsaron a las mujeres a crear emprendimientos agrícolas y cómo este ha afectado su calidad de vida.



La estructura del artículo se define en primer lugar por la introducción, a través de un breve análisis de la situación de género en lo emprendimientos a escala global, regional y nacional. El desarrollo se definió bajo un análisis teórico de las variables de estudio. La metodología equiparó un análisis de las variables cuantitativas y cualitativas mediante la aplicación de un cuestionario para las mujeres emprendedoras del sector agrícola. Los resultados fueron expuestos mediante la aplicación del análisis factorial a la escala Orientación Actitud Empresarial (EAO). Las conclusiones se establecieron en función al objetivo del estudio y los resultados obtenidos.

Desarrollo

Teoría del emprendimiento

Richard Cantillon fue el primero en introducir el termino emprendimiento en el año 1755, de allí en adelante se han derivado varias perspectivas teóricas entre la principal es la económica, seguida por la sociología, psicología, antropología, política, administración de empresas y otras. De allí, define al emprendedor como el individuo que asume el riesgo al momento de comprar algo a un precio determinado y lo vende en función de un precio incierto, es decir, están involucrados en un equilibrio de oferta y demanda. En el año 1803, Say amplio la definición de emprendedor donde adjunta las habilidades gerenciales para coordinar un negocio (Terán & Guerrero, 2020).

Tras el criterio de varios historiadores se ha conciliado que el emprendimiento contribuye al crecimiento económico. Además, favorecen al incremento de creación de empresas, generación de vacantes laborales, contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida y promueven el crecimiento socioeconómico de un país. Por lo cual, el emprendimiento nace del pensamiento del ser humano como una actividad que se enfoca en satisfacer una necesidad. Por tal manera, el ser un emprendedor

conlleva una responsabilidad y compromiso al asumir riesgos y triunfos, que le permitan alcanzar la cima (Williams & Donnellon, 2014).

Emprendimiento

Tradicionalmente el emprendimiento está vinculado con el proceso de creación de empresas dentro de un sentido económico, es decir tiene una perspectiva empresarial. El origen del término emprendimiento proviene de la palabra francesa *entreprendre*, la cual aduce a la intensión de hacer algo. De tal manera, se empleó dicho término para distinguir a los individuos que eran capaces de alcanzar lo que se proponían a través del logro de perspectivas de éxito social o económico. Por lo tanto, el concepto de emprendimiento se concentró en la eficacia, eficiencia y efectividad que tiene el ser humano para iniciar algo (Vásquez, 2018).

La innovación y el espíritu empresarial es lo que impulsa y sostiene las actividades comerciales internacionales de las empresas (Zahra, 2021). El emprendimiento se despliega del ámbito cognoscitivo. No obstante, el emprendimiento desde distintos contextos globales se magnifica como la única posibilidad de mejorar las condiciones de vida dentro de una sociedad que influye en las destrezas y competencias que posee el ser humano para la creación de nuevas oportunidades desde una perspectiva visionaria (Vásquez, 2018). La formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad en el desarrollo económico y a la vez social en los países, puesto que promueve a la generación de empleos y contribuye al crecimiento económico de una sociedad (Zamora, 2018).

Autores teóricos como Carree, Van Stel, Thurik, & Wennekers en el año 2007 dedujeron que el efecto del emprendimiento sobre el crecimiento económico depende del PIB per cápita, es decir, que los países que generan mayores ingresos (desarrollados) contemplan una actividad emprendedora con rentas más altas lo cual contribuye a la circulación del dinero, por ende, incentiva el crecimiento



económico. Si bien, esta concepción resulta antigua y algo clasista, denota que la evidencia empírica no ha determinado firmemente la relación causal entre la economía y el emprendimiento. De tal manera, la cantidad y calidad de empresas que nazcan producto del pensamiento emprendedor dependerá del grado de madurez de la economía y el entorno en el que la sociedad se desarrolla bajo el desempeño empresarial (Zamora, 2018).

Pese a la temporalidad y direccionalidad, el emprendimiento y la permanencia de existencia en el tiempo promueve la competencia y constituye una fuente de creación de mejores empleos, produce innovación y diversificación productiva. Por ello, el emprendimiento es la clave de las economías mundiales, principalmente en la región latinoamericana ya que sus estrategias de atracción de inversionistas han motivado en cierto grado a los emprendedores en sectores estratégicos de la economía e impulsa a dinamizar la cultura e incrementar el nivel de producción (Zamora, 2018).

Es importante considerar tanto la cantidad como la calidad del espíritu empresarial porque no todo el espíritu empresarial contribuye por igual a la actividad económica. El emprendimiento transformador, productivo y orientado al crecimiento tiende a ser más innovador a través de la creación de nuevos productos, procesos y empleos (Chowdhury & Chowdhury, 2019).

Intención emprendedora

El estudio de la intención emprendedora surge de las limitaciones y críticas de los modelos de rasgos de personalidad, ya que el desarrollo de la intención emprendedora depende de la combinación de factores personales y sociales (Borja, Carvajal, & Vite, 2020; Dhahri & Omri, 2018). Bird (1988) afirma que los modelos de intención emprendedora funcionan como modelos sólidos, generalizables y constituyen un marco teórico robusto para analizar y predecir la intención emprendedora desde una perspectiva integradora y ecosistémica de la persona y

su contexto. En los últimos años, los estudios han utilizado rasgos del modelo de la Teoría de la Acción Planificada (TAP) de Ajzen (1991) para el estudio de la intención emprendedora. Según esta teoría, la intención es el resultado de las actitudes hacia el comportamiento empresarial, la norma subjetiva y el control conductual percibido (autoeficacia).

Economía y emprendimiento

La escuela económica estudia el resultado de la acción del emprendedor y sus relaciones con el entorno económico, la escuela de los rasgos psicológicos se interesa por responder las características psicológicas del individuo y permiten explicar el hecho de ser emprendedor (Pereira, 2007). Los emprendimientos van de la mano de la concepción de la economía en la generación de riqueza. Por ello, la economía es conocida como la ciencia que examina la actividad individual y social que permite alcanzar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar.

Además, es la ciencia que estudia la optimización de recursos escasos para la satisfacción de las necesidades (Lumpkin & Bacq, 2019). La influencia positiva que tiene la economía en un país es la ideal, por lo que es necesario el autoempleo y personas arriesgadas a emprender para su progreso económico y social.

La microeconomía, siendo una esencia que se enfoca al estudio de la unidad económica comúnmente denominada como empresa y el comportamiento del consumidor individual, se encarga del funcionamiento detallado de la producción, distribución y consumo de los bienes y servicios, así como la forma en que la economía se maneja dentro de un mercado (Ávila y Lugo, 2004). Por otra parte, la economía doméstica regula, controla, provee y satisface a los miembros de una familia para alcanzar una calidad de vida aceptable, lo que se concibe como una gestión de responsabilidad con el núcleo familiar. La asociación de familias constituye las economías familiares y les permiten ingresar al mercado por la competitividad que ellas proveen. De tal manera dicho asociamiento colectivo



genera mayores oportunidades de emprendimientos locales (Chávez & Rodríguez, 2016).

Método

La presente investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo y de alcance correlacional, porque se describen el fenómeno de estudio y se relacionan las variables: identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo, intensión emprendedora y perfil emprendedor para la identificación de factores que inciden en la calidad de vida de las mujeres participantes en el estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Además, se aplicó encuestas a las mujeres emprendedoras del sector agrícola para comprender lo complejo de la experiencia de vida y cómo su emprendimiento ha incidido en su calidad de vida. El estudio se realizó en el año 2022 y se aplicó a las mujeres con emprendimientos agrícolas del cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi.

Población y muestra de estudio

La población de estudio estuvo conformada por 8.846 mujeres económicamente activas que habitan en Pujilí. Según la utilización de un muestreo probabilístico de orden aleatorio simple se seleccionaron a 200 participantes según un nivel de confianza del 90% y nivel de error del 10%. Las mujeres que participaron por lo general se encargaban de realizar actividades de comercio, cosmética, y domésticas.

Tipo de instrumento

Se aplicó un cuestionario online diseñado en la plataforma Google Forms dirigido a las mujeres emprendedoras del sector agrícola del cantón Pujilí con base a 6 variables: identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad,

liderazgo, e intensidad emprendedora, y se determinaron las variables que predominaron en las mujeres y causó efecto en su intención de emprender.

Diseño y confiabilidad del instrumento

El cuestionario estuvo integrado por 28 ítems donde se evaluó a la identificación de oportunidades a través de 5 ítems (IOP1, IOP2, IOP3, IOP4 y IOP5) los cuales permitieron determinar la capacidad de aprovechamiento de las oportunidades presentadas para emprender.

La persistencia fue evaluada a través de 5 ítems (PRS1, PRS2, PRS3, PRS4 y PRS5) con la finalidad de establecer el comportamiento de las mujeres ante un posible fracaso en el emprendimiento.

La planificación se definió a través de 5 ítems (PF1, PLF2, PLF3, PLF4 y PLF5) con la intención de determinar la claridad de las metas y los objetivos que está dispuesta a lograr su emprendimiento.

La sociabilidad fue medida por 4 ítems (SCB1, SCB2, SCB3 y SCB4) los cuales permitieron determinar el grado de interacción entre las emprendedoras, los proveedores y sus posibles clientes.

El liderazgo fue medido mediante 5 ítems (LID1, LID2, LID3, LID4 y LID5) que identificaron la capacidad y compromiso de liderar que poseen las mujeres frente a un emprendimiento.

La intensidad emprendedora fue evaluada por 4 ítems (IEM1, IEM2, IEM3 y IEM4) para detectar la voluntad y grado de compromiso que las mujeres tienen para manejar un emprendimiento.

El perfil de emprendedor se caracterizó por tener las variables que controlan al grupo de estudio, estas fueron la edad, estado civil, y nivel académico. Dichas

variables fueron nominales, por lo tanto, no pertenecen al constructo directo de evaluación, puesto que, no fueron homogéneas a una escala de evaluación (Likert) como lo fueron las antes mencionadas. No obstante, al poseer características heterogéneas fueron excluidas del análisis de confiabilidad de Alfa de Cronbach (Malhotra, 2008).

Tabla 1. *Validación del constructo*

Factores	α Alfa	N de preguntas
Identificación de oportunidades	0,815	5
Persistencia	0,692	5
Planificación	0,74	5
Sociabilidad	0,776	4
Liderazgo	0,785	5
Intención emprendedora	0,845	4
α Alfa global	0,934	28

Nota. Las variables de control no ingresaron en el análisis de confiabilidad debido a que son variables nominales y son heterogéneas hacia la escala de evaluación propuesta.

Fuente. Elaboración propia.

Resultados

Los resultados fueron procesados en función a las encuestas obtenidas. Posteriormente, la aplicación de la estadística descriptiva permitió conocer las características sociodemográficas del grupo de estudio, donde se destacó porcentajes referentes, media, y desviación estándar. Además, la estadística inferencial dio a conocer los factores actitudinales que han influido en las mujeres emprendedoras de Pujilí, para ello, se utilizó el método multivariante de análisis factorial exploratorio.

Perfil del grupo encuestado

El cuestionario estuvo integrado por 28 ítems que fueron evaluados a través de la escala de Likert con base a las variables de control: edad, estado civil, y nivel

académico. La edad de los encuestados reveló que existió un grupo predominante en el rango de edad de 24 – 30 años (42%). Por otro lado, existió un grupo mínimo mayor a 41 años (8%). La variable estado civil identificó que, las mujeres que han emprendido con mayor frecuencia fueron solteras (51%) y en menor proporción las mujeres viudas (3%). No obstante, el nivel académico del grupo que decide a emprender fue de nivel de pregrado (45%), mientras que, en las mujeres de nivel primario lo han hecho mínimamente (6%) (ver tabla 2).

La edad media para emprender de las mujeres en Pujilí fue de 31 – 35 años ($\bar{Y}= 1,91$). La desviación de dispersión fue inferior a 1 persona de 24 – 30 años. El estado civil que influyó es que fueron casadas ($\bar{Y}= 1,89$) con una desviación dispersa de 1 persona soltera. Asimismo, la media del nivel académico del grupo fue de pregrado ($\bar{Y}= 2,74$), con una inferencia de desviación de una mujer de primaria (ver tabla 2).

Tabla 2. Perfil del encuestado

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Media	Desv. Est.
<i>Edad</i>				
24 – 30	85	42,5	1,91	0,957
31 – 35	64	32,0		
36 – 40	35	17,5		
Mayor a 41 años	16	8,0		
<i>Estado civil</i>				
Soltera	102	51,0	1,89	1,239
Casada	62	31,0		
Divorciada	11	5,5		
Viuda	6	3,0		
Unión libre	19	9,5		
<i>Nivel Académico</i>				



Primaria	12	6,0		
Secundaria	63	31,5	2,74	0,811
Pregrado	91	45,5		
Posgrado	34	17,0		

Fuente. Elaboración propia.

Aplicación del estadístico multivariante de análisis factorial exploratorio

El análisis factorial consiste en el cálculo de correlaciones y están determinadas por el tamaño muestral. No obstante, El proceso para realizar un análisis factorial consta de una serie de fases. La primera fase analizó la medida de adecuación muestral KMO (Keyser, Meyer, Olkim) y prueba de esfericidad de Bartlett. La segunda fase del estudio los factores determinados y varianzas extraídas. La tercera fase explicó la sedimentación del instrumento aplicado; y la fase 4 estableció la matriz de componentes rotados donde se explicaron las causas de afectación del constructo propuesto.

Coeficiente KMO y prueba de esfericidad de Bartlett

La medida de adecuación muestral KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) contrastó las correlaciones parciales existentes entre ítems para conocer si son 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, y Mora, 2020).

De esta forma, el instrumento aplicado a las mujeres emprendedoras del cantón Pujilí reflejó una relación asintótica de $0,917 \approx 91,7\%$ entre las variables (identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo, e intención de emprendimiento). En este sentido, los factores estudiados poseen

relación estadística. En otro sentido, la prueba de esfericidad de Bartlett determinó que, si existe normalidad en los datos analizados, pues se estableció un valor $p \leq 0,000$ (ver tabla 3).

Tabla 3. KMO y prueba de esfericidad de Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	0,917	
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	2572,106
	gl	378
	Sig.	0,000

Fuente. Elaboración propia.

Determinación de factores óptimos y matriz de varianzas explicadas

La tabla 4 comprobó los factores: identificación de oportunidades (IO), persistencia (PT), planificación (PF), sociabilidad (SB), liderazgo (LD). De esta forma, las mujeres han señalado como sus principales precedencias en su intención de emprendimiento en el cantón Pujilí. El análisis estadístico verificó que, los factores determinados fueron consecuencia del método de extracción Varimax. De esta forma, la suma de las saturaciones al cuadrado de cada factor ha coincidido con los autovalores iniciales. Este resultado fue efecto de la matriz de estructura factorial ha cambiado. De esta manera, el factor quinto manifestó un 67,89% de la varianza total. Los expertos Romero y Mora (2020) señalan que la varianza debe ser superior a 60% para considerarse aceptable.

Tabla 4. Extracción de factores y varianzas explicadas

Factores	Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado
IO	3,957	14,131	14,131
PT	3,343	11,940	26,071



PF	3,085	11,017	37,088
SC	2,930	10,464	47,552
LD	2,896	10,342	67,894

Nota. los componentes determinados fueron codificados según identificación de oportunidades (IO), persistencia (PT), planificación (PF), sociabilidad (SC), liderazgo (LD).

Fuente. Elaboración propia.

Figura de sedimentación

La figura de sedimentación graficó a los 28 ítems como estructura óptima de evaluación hacia los componentes de identificación de oportunidades (IO), persistencia (PT), planificación (PF), sociabilidad (SC), y liderazgo (LD). Su consistencia representó el tamaño de los autovalores obtenidos en la tabla 4. Los autovalores indicaron la cantidad de varianza explicada por un 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 1-2).

Figura 1

Gráfico de sedimentación de datos

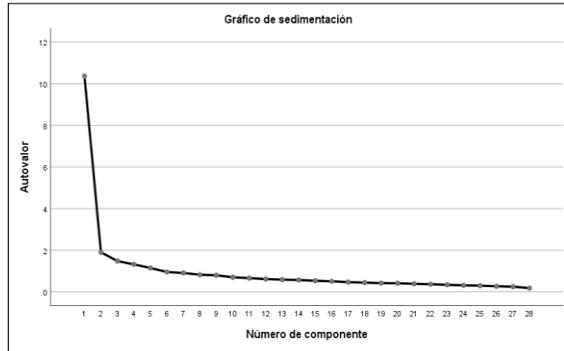
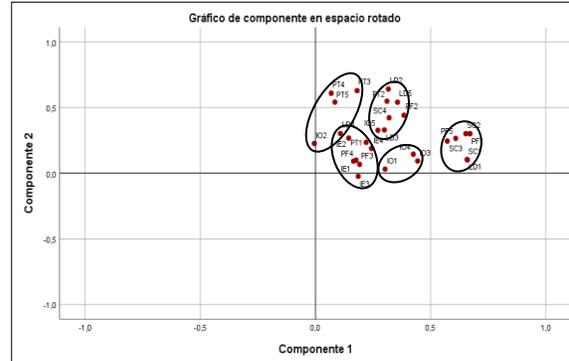


Figura 2

Gráfico de cargas factoriales



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

Fuente. Elaboración propia.

Matriz de factores rotados

La tabla 5 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 factores principales para la extracción de datos. Luego de comparar las saturaciones relativas de cada ítem dentro de las variables estudiadas (PF, IO, LD, SC, PT) se determinó las relaciones significativas y no significativas. Se ha codificado al ítem según el orden del cuestionario debido a la magnitud de caracteres que limitaban la apreciación de los resultados obtenidos (ver tabla 5).

El factor de *identificación de oportunidades* (IO) estableció elementos de relación positiva ($IO > 0,6$) en las mujeres, pues buscan establecer una buena red de relaciones con conocidos, amigos y personas para que puedan ayudarlas en su crecimiento. De igual forma, tratan de mantener un contacto constante con las personas de su red de relaciones comerciales. A su vez, establecieron que pueden generar convencimiento con el propósito de superar conflictos y trabajar en equipo. El elemento causal negativo ($IO < 0,6$) fue que no siempre pueden cumplir con las peticiones que las realizan los clientes.



El factor *persistencia* (PT) ha demostrado tener una relación positiva hacia al momento de cometer un error de planificación saben reorganizar para salir hacia adelante. De igual forma, catalogan al fracaso como una forma de aprender y volver a cometer el mismo error. En una posición negativa, se reveló que al momento de tener una caída en su negocio se les dificulta volver a reincorporarse. Por lo tanto, el fracaso les ha provocado depresión. Lo mencionado se ha asociado con el inadecuado establecimiento de sus objetivos y la limitada planificación que han utilizado.

El factor *planificación* (PF) ha identificado que sus elementos se han relacionado con la intención emprendedora de manera positiva. En este sentido, se identificó que ser emprendedora es su más grande aspiración, aunque se encuentren trabajando bajo dependencia. Por lo tanto, existe en su planificación personal obtener su propio negocio.

El factor *sociabilidad* (SC) demostró tener una relación positiva hacia los elementos de planificación, puesto que, piensan que para que las ideas puedan ejecutarse deben planificar sus actividades o correrán con el riesgo de a fracasar. Por lo tanto, ellas entienden que deben organizar sus actividades para que puedan cumplir sus objetivos.

No obstante, el factor de *liderazgo* determinó un efecto positivo sobre entender las necesidades de los demás y cómo pueden ser satisfechas, a la vez, de entender que es un desafío que deben atravesar. Los elementos negativos evidenciaron que no siempre se encuentran a la altura para aprovechar una oportunidad y lograr sacar provecho de la misma.

Tabla 5. Matriz de factores rotados

Factor	Identificación de oportunidades	Persistencia	Planificación	Sociabilidad	Liderazgo
IO1					0,613
IO2					0,691
IO3					0,54
IO4					0,55
IO5					0,46
PT1					0,644
PT2		0,549			
PT3		0,629			
PT4		0,609			
PT5		0,542			
PF1		0,301			
PF2		0,441			
PF3				0,671	
PF4				0,748	
PF5	0,608				
SC1	0,66				
SC2	0,652				
SC3	0,572				
SC4	0,319				
LD1	0,658				
LD2		0,641			
LD3		0,329			
LD4		0,302			
LD5		0,541			
IE1			0,769		
IE2			0,77		
IE3			0,799		
IE4			0,763		

Nota. El factor evaluativo de Intención emprendedora (IE) fue excluido debido a que los encuestados no perciben dicha dimensión como una de sus fortalezas. Sin embargo, no quiere decir que los ítems evaluados no expliquen y se agrupen en respuesta hacia otro factor. Por lo tanto, los ítems de evaluación seguirán siendo 28.

Fuente. Elaboración propia.



Discusión

El cuadro de comprobación de hipótesis tuvo como fundamento a la prueba estadística Chi cuadrado de Pearson donde 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 del cantón Pujilí ($H1=,000$). 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 si tiene una conjetura positiva hacia la intención del emprendimiento ($H2=,000$). Es importante especificar el argumento de Garavito, García, y Calderón (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, Orellana, Molina, y Gaona (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 ($H_5=,000$). Por tal razón, González et al. (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. *Comprobación de hipótesis*

Hipótesis	X ² Pearson	Sig.	Decisión
H ₁ . La identificación de oportunidades tiene un impacto positivo en la intención emprendedora de las mujeres	69,97	,000	Soportada
H ₂ . La persistencia de la mujer tiene efectos positivos hacia la intención del emprendimiento	52,15	,000	Soportada
H ₃ . La planificación influye positivamente en la intención de emprender de la mujer	179,17	,000	Soportada
H ₄ . La sociabilidad de la mujer tiene efectos positivos en la intención emprendedora	94,50	,000	Soportada
H ₅ . El liderazgo tiene una relación positiva hacia la intención del emprendimiento de la mujer	70,42	,000	Soportada

Fuente. Elaboración propia.

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 Pujilí



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 es cierto, 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 la mujer ha demostrado que le ha permitido identificar oportunidades, pero no han 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 menciona Aguirre, Orellana, Molina, y Gaona (2016). Dicho planteamiento conjetura una limitación en el fenómeno emprendedor dentro de su proceso inicial, pues el análisis de literatura reveló que las intenciones de la población potencialmente emprendedora 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.

Referencias consultadas

- Aguirre, J. J., Orellana, B. S., Molina, A. P., & 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

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Borja, A., Carvajal, H., & 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.
- Carree, M., Van Stel, A., Thurik, R., & Wennekers, S. (2007). The relationship between economic development and business ownership revisited. *Entrepreneurship & regional development*, 19(3), 281-291.
- Chávez, Á., & Rodríguez, A. (2016). Aprovechamiento de residuos orgánicos agrícolas y forestales en Iberoamérica. *Academia Y Virtualidad*, 9(2), 90-107.
- Chowdhury, C., & Chowdhury, D. (2019). Institutions and Entrepreneurship Quality. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 51-81.
- Comercio y Justicia. (20 de Noviembre de 2019). En Argentina, las mujeres representan 40% del total de los emprendedores. *Comercio y Justicia*, págs. <https://comercioyjusticia.info/pymes/en-argentina-las-mujeres-representan-40-del-total-de-los-emprendedores/#:~:text=En%20Argentina%2C%20las%20mujeres%20representan%2040%25%20del%20total%20de%20los%20emprendedores,-20%20noviembre%2C%202019&text=Ayer%20fue.>
- Dhahri, S., & 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>. Obtenido de Ekos.
- FEDEPE. (22 de Junio de 2021). *Panorama del emprendimiento femenino en España 2021*. Obtenido de Federación de Mujeres Directivas y Empresarias: <https://mujeresfedepe.com/panorama-del-emprendimiento-femenino-en-espana/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Informe%20Global%20Entrepreneurship,%25%20de%20hombres%2C%20en%202019.>



- Fernández, R., & Gervilla, M. (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, Y., García, S., & Calderón, J. (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.
- González, A., Montoya, M., De León, G., & Aragón, S. (2020). El emprendimiento social como una competencia transversal: construcción y validación de un instrumento de valoración en el contexto universitario. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (136), 213-230.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & 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.
- Lumpkin, G., & Bacq, S. (2019). Civic Wealth Creation: A New View of Stakeholder Engagement and Societal Impact. *Academy of Management Perspectives*, 33(4).
- MAG. (2020). *Resumen Ejecutivo de los Diagnósticos Territoriales del Sector Agrario*. Quito - Ecuador: Ministerio de Agricultura y Ganadería – Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Ordóñez, M., Ruiz, P., & Rodríguez, R. (2019). Emprendimiento comunitario con enfoque de género: Un estudio en el cantón Cañar. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(4).
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 11-37.
- Romero, K. P., & 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(CININGEC), 903-924.

- Suárez, F. (2017). Reflexiones para la interpretación del emprendimiento como elemento potenciador de la calidad de vida en poblaciones de pobreza extrema. *Revista Espacios*, 38(53), 29.
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), 7.
- Torres, T., & Vidal, M. (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.
- Vásquez, C. (2018). Educación para el emprendimiento en la universidad. *Revista Internacional de administración* (2), 122-147.
- WEConnect International. (2016). *¿Qué sabemos de las mujeres en la economía de hoy?* Obtenido de WEConnect International: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-sabemos-de-las-mujeres-en-la-econom%C3%ADa-de-hoy>
- Williams, K., & Donnellon, A. (2014). Personalizing Entrepreneurial Learning: A Pedagogy for Facilitating the Know Why. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(2), 167-204.
- Zahra, S. (2021). Emprendimiento internacional en el mundo post Covid. *Revista de negocios mundiales*, 56(1), 101-143.
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 15

©2023 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia de Creative Commons Reconocimiento – No Comercial 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).