



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE
CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

Intención del emprendimiento femenino: comparación del área urbana y rural
en el Cantón Riobamba

Trabajo de Titulación para optar al título de Economista

Autores:

Garzón Saltos, Francisco Javier
Plaza Hidalgo, Paulina Alexandra

Tutor:

Eco. María Gabriela González Bautista PhD.


Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Nosotros, Francisco Javier Garzón Saltos, Paulina Alexandra Plaza Hidalgo, con cédula de ciudadanía 0606183127, 0605966092, autores del trabajo de investigación titulado: Intención del emprendimiento femenino: comparación del área urbana y rural en el Cantón Riobamba, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.


Asimismo, cedemos a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autores de la obra referida será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 2024



Francisco Javier Garzón Saltos

C.I: 0606183127



Paulina Alexandra Plaza Hidalgo

C.I: 0605966092

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, María Gabriela González Bautista, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Intención del emprendimiento femenino: comparación del área urbana y rural en el Cantón Riobamba, bajo la autoría de Francisco Javier Garzón Saltos, Paulina Alexandra Plaza Hidalgo; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 07 días del mes de agosto de 2024



Eco. María Gabriela González-Bautista, PhD.
C.I: 0604292870

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

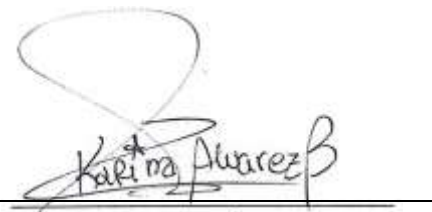
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Intención del emprendimiento femenino: comparación del área urbana y rural en el Cantón Riobamba, presentado por Francisco Javier Garzón Saltos con cédula de identidad número 0606183127, y Paulina Alexandra Plaza Hidalgo con cédula de identidad número 0605966092, bajo la tutoría de PhD. María Gabriela González Bautista; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a la fecha 07 de agosto de 2024.

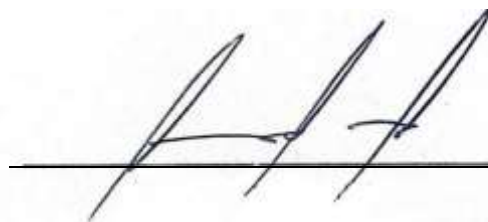
Carrasco Salazar Verónica Adriana, Eco.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Álvarez Basantes Karina Alexandra, Eco.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Zurita Moreano Eduardo Germán, PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **Paulina Alexandra Plaza Hidalgo** con CC: **0605966092** y **Francisco Javier Garzón Saltos** con CC: **0606183127**, estudiantes de la Carrera de **ECONOMÍA**, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, han trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**Intención del emprendimiento femenino: comparación del área urbana y rural en el Cantón Riobamba**", cumple con **7%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN ORIGINALITY CHECK**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 15 de noviembre del 2024.


Eco. María Gabriela González Bautista, PhD.
TUTORA

DEDICATORIA

Queremos dedicar este trabajo de investigación a nuestras familias, quienes han sido nuestra fuente inagotable de amor y apoyo en todo momento. A nuestros padres en especial, por su sacrificio, confianza y por enseñarnos el valor del esfuerzo y la dedicación. A nuestros amigos, que han estado con nosotros en cada etapa de este viaje académico, ofreciéndonos su ánimo y comprensión en los momentos difíciles. A nuestros mentores y profesores, especialmente a la Economista Gabriela González, cuya guía y conocimientos fueron fundamentales para la realización de esta tesis. Gracias por su paciencia y su constante apoyo. A nuestros compañeros de estudio, por su colaboración y camaradería a lo largo de estos años. Finalmente, agradecemos a nuestra Universidad Nacional de Chimborazo por proporcionarnos las herramientas y el ambiente necesario para lograr este objetivo.

Con gratitud, Paulina Plaza y Javier Garzón.

AGRADECIMIENTO

Este agradecimiento va hacia a todas las personas que han estado con nosotros con su apoyo incondicional para cumplir y llevar a cabo este reto.

En primer lugar, a nuestros padres que han sido fuente fundamental para nunca darnos por vencidos.

Agradecemos a nuestra tutora de tesis, Eco. María Gabriela González quien nos ha guiado en la realización de la presente investigación, con paciencia y cariño.

A nuestros amigos, que siempre han estado apoyándonos indispensablemente en todo momento.

A nuestra Universidad Nacional de Chimborazo por abrirnos las puertas y facilitar la realización de esta tesis.

A todos ustedes extendemos nuestros más sinceros agradecimientos.

INDICE GENERAL

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	14
1.1 Problema.....	16
1.2 Justificación	21
1.3 Objetivos.....	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	23
2.1 Antecedentes.....	23
2.2 Estado del arte	25
2.3 Marco teórico.....	29
2.4 Teorías que estudian la intención de emprender.....	30
2.5 Determinantes del emprendimiento femenino	37
CAPÍTULO III. METODOLOGIA	40
3.1 Tipo de Investigación.....	40
3.2 Diseño de Investigación.....	40
3.3 Técnicas de recolección de Datos.....	40
3.4 Técnicas de Análisis e interpretación.....	45
3.5 Hipótesis alternativas.....	45

3.6 Modelo Econométrico.....	45
3.7 Variables.....	52
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	53
4.1 Resultados.....	53
Indicadores.....	68
Variables.....	69
Indicadores.....	71
Variables.....	72
Área Urbana.....	74
Área Rural	74
4.2 Discusión	79
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
5.1 Conclusiones.....	83
5.2 Recomendaciones	84
BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXOS	95
INSTRUMENTO.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resumen de las teorías que estudian la intención de emprender.....	30
Tabla 2. PEA de mujeres en el Cantón Riobamba	47
Tabla 3. Población urbana y rural de mujeres en el Cantón Riobamba.....	47
Tabla 4. Signos esperados	51
Tabla 5. Variables sociodemográficas de las mujeres encuestadas en el Cantón Riobamba	54
Tabla 6. Actitud emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba.....	55
Tabla 7. Norma subjetiva de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba	58
Tabla 8. Autoeficacia emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba.	61
Tabla 9. Intención emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba.....	63
Tabla 10. Modelo Logit Ordinal y Probit Ordinal Área Urbana	67
Tabla 11. Modelo Logit Ordinal y Probit Ordinal Área Rural	70
Tabla 12. Coeficiente Logit y Probit Ordinal del Área Urbana y Rural del Cantón Riobamba.....	73
Tabla 13. Modelo Logit Ordinal y Probit Ordinal en Áreas del Cantón Riobamba.....	75
Tabla 14. Efectos marginales Área Urbana y Rural del Cantón Riobamba.	77
Tabla 15. Resumen estado del arte	95

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Determinantes de la intención del emprendimiento femenino	37
Ilustración 2. Actitud emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba (promedio área urbana y rural)	56
Ilustración 3. Norma subjetiva de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba (promedio área urbana y rural) ..	59
Ilustración 4. Autoeficacia emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba.....	62
Ilustración 5. Intención emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba	64
Ilustración 6. Variables de la encuesta del cuestionario CIE.....	66

RESUMEN

Se estudia la intención emprendedora en mujeres del Cantón Riobamba, diferenciando entre áreas urbanas y rurales. La metodología empleada es cuantitativa, utilizando el modelo econométrico Logit Ordinal. Se recolectaron datos mediante encuestas aplicadas a mujeres que pertenecen a la Población Económicamente Activa (PEA) con un total de 31875, en el cual se distribuye con 21665 mujeres del área urbana y 10210 para el área rural siendo así que se determina mediante la aplicación de una regla de 3, una muestra de 238 mujeres en el área urbana y 118 en el área rural.

En el modelo econométrico se aplicó el instrumento CIE (Cuestionario de la Intención Emprendedora), conjuntamente se utilizó la intención de emprendimiento como variable dependiente, conjuntamente variables explicativas como la edad, acceso a financiamiento, nivel de educación, número de hijos, actitud, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora. Una vez aplicado el modelo econométrico las variables significativas fueron para el área urbana, norma subjetiva con un coeficiente de 0,5940 y autoeficacia con un coeficiente de 2,7784 y para el área rural si las mujeres tienen hijos con un coeficiente de 0,3611, su edad con un valor de -0,4756, norma subjetiva 0,5914 y autoeficacia 1,9927.

El análisis muestra que, en el área urbana, una actitud favorable hacia el emprendimiento y la norma subjetiva son predictores positivos significativos de la intención emprendedora, mientras que tener hijos reduce esta intención. En el área rural, la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora son variables significativas, con una diferencia notable en que tener hijos aumenta la intención emprendedora y la edad la reduce.

Palabras claves: Actitud, autoeficacia emprendedora, emprendimiento femenino, intención emprendedora, norma subjetiva.

ABSTRACT

The entrepreneurial intention of women in the Riobamba Canton is studied, differentiating between urban and rural areas. The methodology used is quantitative, using the Logit Ordinal econometric model. Data were collected through surveys applied to women who belong to the Economically Active Population (EAP) with a total of 31875, in which it is distributed with 21665 women in urban areas and 10210 for rural areas, thus determining by applying a rule of 3, a sample of 238 women in urban areas and 118 in rural areas. In the econometric model, the CIE instrument (Questionnaire of Entrepreneurial Intention) was applied, together with the intention of entrepreneurship as a dependent variable, together with explanatory variables such as age, level of education, children, attitude, subjective norm and entrepreneurial self-efficacy. Once the econometric model was applied, the significant variables were for the urban area, subjective norm with a coefficient of 0.5940 and self-efficacy with a coefficient of 2.7784 and for the rural area if the women have children with a coefficient of 0.3611, their age with a value of -0.4756, subjective norm 0.5914 and self-efficacy 1.9927. The analysis shows that, in urban areas, a favorable attitude towards entrepreneurship and subjective norm are significant positive predictors of entrepreneurial intention, while having children reduces this intention. In rural areas, subjective norms and entrepreneurial self-efficacy are significant variables, with a notable difference in that having children increases entrepreneurial intention and age reduces it.

Keywords: Attitude, entrepreneurial self-efficacy, female entrepreneurship, entrepreneurial intention, subjective norm,



Reviewed by:

Mgs. Doris Chuquimarca

C.I. 060449038-3

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es la habilidad propia de los seres humanos para poner en marcha iniciativas, liderarlas y hacer de ellas, el escenario ideal para beneficiar no solo al individuo sino a la sociedad en general (Paz, 2022).

Según Kelley (2020) el emprendimiento ha despertado el interés de diversos actores, incluidos los gobiernos, instituciones públicas, organismos educativos, empresas, organizaciones sin fines de lucro y entidades no gubernamentales. Según Scott (2019), todos ellos han tomado medidas para crear un entorno favorable que permita a las personas desarrollar sus proyectos, con un enfoque particular en las mujeres, reconociendo que este grupo enfrenta mayores desafíos debido a las condiciones de rol de género y la crisis en el mercado laboral (Samaniego, 2023).

Dentro de las zonas rurales, el desempleo es más evidente que en las zonas urbanas, está bien establecido que la creación de empleo y el desarrollo económico, tanto en las zonas urbanas como rurales, depende en gran medida del emprendimiento, (Galvão, 2020). Las zonas rurales tienen numerosas ventajas para poner en marcha diversos tipos de actividades económicas (Freshwater, 2020). Además, las diferentes fortalezas encontradas en las zonas rurales, como las redes de cooperación informal, siguen atrayendo a diferentes grupos de personas para que allí inicien negocios (Bryden, 2020). De hecho, el desarrollo del espíritu empresarial rural promueve el desarrollo local debido a su bajo coste y alto potencial de creación de empleo (Dabson, 2001).

Mendoza (2019), explica el emprendimiento rural como todo tipo de actividad empresarial que se practica en áreas caracterizadas por grandes espacios abiertos, pero pocos asentamientos de población en comparación con el contexto urbano. Lo más probable es que el negocio de los empresarios rurales se centre en actividades como la sastrería, la agricultura, la restauración y otros negocios comerciales esenciales (McGranahan, 2007).

Sin embargo, estos rangos de actividades comerciales no se dan en el empresario urbano, es así como el modo de producción, el público objetivo, la tasa de consumo y la facturación distinguen a un emprendedor rural de uno urbano (Shucksmith, 2009).

El papel de las mujeres en el mundo empresarial ha experimentado una evolución notable en las últimas décadas, cambiando la percepción y ampliando las oportunidades en el ámbito emprendedor. Hoy en día, el emprendimiento femenino no solo aporta un valor económico considerable, sino que también impulsa la creación de sociedades más equitativas y sostenibles. En este contexto, explorar la intención de emprendimiento femenino se convierte en un aspecto clave para comprender y fomentar el desarrollo de iniciativas empresariales lideradas por mujeres. La intención de emprender, entendida como la disposición y motivación intrínseca para iniciar y gestionar un negocio propio, refleja factores que van más allá de las barreras tradicionales, incluyendo dinámicas sociales, culturales y económicas que afectan las decisiones de las mujeres en este ámbito (Brush, 2009; Coleman, 2016; Hallward-Driemeier, 2017; Ramos, 2019).

1.1 Problema

El problema central de esta investigación radica en comprender las disparidades en el emprendimiento femenino existentes dentro del área urbana y rural en el cantón Riobamba. Esto implica identificar las diferencias en términos de acceso a recursos, oportunidades disponibles y desafíos enfrentados por las mujeres emprendedoras en cada contexto.

De acuerdo con el artículo “Oportunidades y Desafíos del Ecosistema de Emprendimiento Femenino”, existen niveles altos dentro del emprendimiento femenino, lo que se puede observar a través del Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), que en 2020 alcanzó un 33.6% para las mujeres (Bosma, 2020). Este índice abarca tanto los emprendimientos en sus primeras etapas como los nuevos negocios, es decir, aquellos con hasta 42 meses de operación (Amoroso, 2011). Sin embargo, después de este periodo, la continuidad de estos negocios es incierta. La tasa de negocios consolidados por mujeres es del 38%, en contraste con el 62% en hombres, lo que muestra que las mujeres enfrentan mayores desafíos para mantener sus negocios a largo plazo (Esphae, 2023).

Además, debido a los bajos niveles de escolaridad en este segmento de emprendedoras, cabe destacar que la razón principal para cerrar sus negocios es la apreciación de carecer de las destrezas y preparaciones necesarios para hacerlos crecer (Amaya & Lasio, 2023). En lo concerniente a las causas de esta problemática, en las áreas urbanas, las mujeres emprendedoras suelen tener un mayor acceso a recursos como capital, educación, redes de apoyo empresarial y servicios financieros debido a la mayor densidad de población y desarrollo económico, (Lasio, 2023). Por el contrario, en las zonas rurales, el acceso a recursos puede verse restringido debido a la ausencia de infraestructura básica y servicios financieros. En cuanto al acceso a financiamiento, las mujeres del área rural afrontan dificultades aún mayores para conseguir recursos que apoyen al emprendimiento (Villareal, 2017).

Un informe del Banco Interamericano de Desarrollo señala que el 40% de las mujeres en el área rural en Ecuador considera la falta de financiamiento como un obstáculo para iniciar un negocio, frente al 22% de las mujeres en áreas urbanas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020). Otro factor que influye, son las normas culturales y sociales que pueden afectar en las oportunidades de emprendimiento para las mujeres en ambos contextos, (Layorte, 2023). En las áreas urbanas, las mujeres pueden enfrentar menos restricciones culturales en términos de participación en el mercado laboral y el inicio de negocios propios. En las áreas rurales, las normas tradicionales de género pueden limitar el acceso de las mujeres a oportunidades económicas y sociales. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2020), en 2020, el 49.3% de las mujeres urbanas trabajaba en el área de servicios, mientras que el 37.2% de las mujeres en áreas rurales trabajaban en el sector agrícola y ganadero. Estas cifras evidencian una inclinación de las mujeres urbanas a emprender en ámbitos de servicios y comercio, mientras que las mujeres rurales suelen desarrollar iniciativas empresariales relacionadas con la agricultura. (Setini, Ni Nyoman Kerti Yasa , & Wayan Gede Supartha , 2020).

La disponibilidad y diversidad de mercados también pueden influir en las oportunidades de emprendimiento para las mujeres. En las áreas urbanas, hay una mayor demanda de productos y servicios debido a la densidad de población y la diversidad de industrias, (Amaya & Lasio, 2023). En las áreas rurales, los mercados pueden ser más limitados y especializados, lo que puede influir en los tipos de negocios que las mujeres eligen emprender. En ese sentido Valdiviezo (2019), señala que El 70% de los comerciantes informales proviene de zonas rurales, mientras que el 30% es de áreas urbanas. En términos generales, el 60% de estos emprendedores ofrece frutas y verduras, el 15% alimentos elaborados, el 11% productos de higiene, el 5% ropa y el 9% otros artículos variados. Este patrón de negocio informal indica que la actividad emprendedora en Riobamba se organiza según la distribución urbana, las necesidades de la ciudad y la venta de productos que son

agrícolas provenientes de zonas rurales.

La disponibilidad y diversidad de mercados también pueden influir en las oportunidades de emprendimiento para las mujeres. En las áreas urbanas, hay una mayor demanda de productos y servicios debido a la densidad de población y la diversidad de industrias, (Amaya & Lasio, 2023). En las áreas rurales, los mercados pueden ser más limitados y especializados, lo que puede influir en los tipos de negocios que las mujeres eligen emprender. En ese sentido Valdiviezo (2019), señala que El 70% de los comerciantes informales proviene de zonas rurales, mientras que el 30% es de áreas urbanas. En términos generales, el 60% de estos emprendedores ofrece frutas y verduras, el 15% alimentos elaborados, el 11% productos de higiene, el 5% ropa y el 9% otros artículos variados. Este patrón de negocio informal indica que la actividad emprendedora en Riobamba se organiza según la distribución urbana, las necesidades de la ciudad y la venta de productos que son agrícolas provenientes de zonas rurales.

Además, el nivel de educación que tienen las mujeres posee un impacto significativo en su entorno emprendedor. Según el informe "Mujeres en la economía: la brecha de género en América Latina y el Caribe" del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), las mujeres en Ecuador con estudios universitarios tienen una mayor propensión a emprender en comparación con aquellas con educación secundaria o inferior. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020). Esto resalta la importancia de la educación como un factor clave para que las mujeres emprendan y generen oportunidades económicas (Yuqui, 2023). En lo concerniente a los efectos, el emprendimiento femenino puede contribuir al desarrollo económico tanto en áreas urbanas como rurales, generando empleo, creando riqueza y estimulando la actividad empresarial en la comunidad (Zapata, 2023). Según los datos del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, durante el período 2010-2019, un promedio del 69.04% de los emprendimientos no crearon ningún puesto de trabajo. Dicha cifra ha crecido alrededor de ocho puntos porcentuales entre 2020 y 2023. Además, en promedio, solo el

16% de las emprendedoras lograba generar una plaza de empleo, y apenas el 6.05% generaba tres o más empleos (Tamayo, 2015).

En cuanto a las expectativas de crecimiento, las emprendedoras muestran proyecciones moderadas para la generación de empleo en los próximos cinco años. En promedio, el 50.35% de las emprendedoras espera crear entre 1 y 5 empleos, mientras que el 40% no anticipa generar nuevos puestos. Solo un 7.55% espera crear entre 6 y 19 empleos, y un reducido 1.79% pretenden crear más de 20 vacantes. (Amaya, Samaniego & Lasio, 2023).

Otro efecto es el acceso al emprendimiento que puede empoderar a las mujeres al brindarles independencia económica, autonomía y capacidad de tomar decisiones sobre sus vidas y su futuro. El empoderamiento de las mujeres, tanto en zonas urbanas como rurales, es un asunto de gran importancia en Ecuador y ha sido objeto de numerosos estudios y análisis desde diversas ópticas. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) destacó en 2013 que fortalecer a las mujeres rurales es crucial para lograr la igualdad de género y fomentar un desarrollo sostenible.

De acuerdo con el Monitor of World Entrepreneurship, es importante señalar que el emprendimiento femenino reduce la desigualdad de género en el acceso a oportunidades económicas y recursos., contribuyendo a una mayor igualdad de género en la sociedad. (GEM, 2020).

El emprendimiento femenino en áreas rurales puede contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades, diversificando la economía local, preservando la cultura y promoviendo la conservación ambiental, (Contreras, 2020). El emprendimiento rural representa una oportunidad clave para el desarrollo social y económico de las familias en comunidades específicas. Ecuador es reconocido como uno de los países más emprendedores de Latinoamérica, con la gran parte de los emprendimientos ubicados en áreas rurales. Dentro de estas áreas, las personas emprenden principalmente por la necesidad de generar ingresos, siendo menos frecuente que lo hagan por una oportunidad de negocio. (Flores, 2020).

En ese contexto, las áreas urbanas del Ecuador ofrecen un entorno favorable para el emprendimiento femenino en lo que respecta al acceso a recursos y oportunidades. Dentro de la ciudad, aquellas mujeres emprendedoras pueden beneficiarse de una mayor densidad de población, una infraestructura más desarrollada, acceso a redes de apoyo empresarial y una diversidad de industrias y mercados (Sanchez, 2010). Además, el acceso a servicios financieros y programas de capacitación empresarial suele ser más amplio en las áreas urbanas, lo que facilita el desarrollo y crecimiento de negocios liderados por mujeres. Por otro lado, las áreas rurales del Ecuador presentan desafíos únicos para el emprendimiento femenino. La falta de infraestructura básica, acceso limitado a servicios financieros y educativos, así como la persistencia de normas culturales y sociales restrictivas, pueden obstaculizar el espíritu emprendedor de las mujeres en estas comunidades (Fernandez, 2018). Sin embargo, a pesar de estos desafíos, el emprendimiento femenino en áreas rurales también puede ser impulsado por la necesidad de generar ingresos adicionales, el deseo de contribuir al desarrollo local y la capacidad de adaptación y resiliencia de las mujeres frente a la adversidad, (Mendoza, 2019).

Con base en los antecedentes antes mencionados formulamos la siguiente pregunta de investigación, **¿Cuáles son los factores más importantes que determinan la intención del emprendimiento femenino dentro de una comparación rural y urbana del Cantón Riobamba?**

1.2 Justificación

Es de gran importancia abordar esta investigación partiendo de la intención del emprendimiento femenino mediante una comparación del sector urbano y rural, debido a que existen brechas y limitaciones dentro del emprendimiento tanto urbano como rural, consecuencia de limitantes sociales o económicos existentes, la importancia radica aún más, cuando se trata del género femenino, es fundamental esta recolección de información, porque se pueden determinar los desafíos a los que se enfrentan las mujeres y así promover políticas alineadas a la equidad de género, potenciando y estimulando el desarrollo económico local.

El emprendimiento proporciona a las mujeres la oportunidad de generar sus propios ingresos y tener control sobre su situación financiera. Esto les otorga independencia económica y les permite contribuir al sustento de sus familias y comunidades, esto también genera empleos y así se lograría fortalecer una resiliencia comunitaria dentro de la región, y como se expresa en párrafos anteriores, el emprendimiento representa un valor importante para el crecimiento económico dentro del país.

1.3 Objetivos

Objetivo General:

- Identificar la intención del emprendimiento femenino dentro de una comparación en el área rural y urbana en el Cantón Riobamba, Ecuador.

Objetivos Específicos:

- Caracterizar el emprendimiento femenino rural y urbano en el Cantón Riobamba.
- Describir que factores que inciden en la intención del emprendimiento femenino en el área rural y urbana el Cantón Riobamba.
- Determinar la intención y determinantes que impactan en el emprendimiento femenino dentro del área rural y urbana.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes

De acuerdo con el artículo “Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia”, se examina cómo el trabajo doméstico, aunque es comúnmente invisibilizado, se presenta de manera aún más notable para las mujeres de la zona rural. Con respecto a actividades agropecuarias, muchas de las veces, no son estrictamente domésticas y se llevan a cabo dentro del hogar, en donde las mujeres ni siquiera las perciben como trabajo o como una contribución a la producción de sus tierras. Cuando las mujeres realizan tareas agrícolas, crían animales, manejan el comercio local, transforman alimentos o producen artesanías, estas labores no se consideran trabajo formal. Aproximadamente el 80% de ellas considera que sus actividades secundarias son las agropecuarias (Díaz, 2002).

Además de los desafíos vinculados a su situación en el ámbito rural, las mujeres deben enfrentar otras barreras al intentar emprender, como la necesidad de entender y superar los obstáculos impuestos por los sistemas de creencias, políticos, históricos, etc., que pueden favorecer o dificultar el "espíritu emprendedor" en distintos grupos sociales (Ogbor, 2000).

En este sentido, se analiza la importancia de considerar el emprendimiento femenino como algo distinto al masculino. Mirchandani (1999) sostiene que la presencia de obstáculos estructurales afecta la forma en que las mujeres gestionan sus negocios, principalmente debido a la falta de acceso a recursos financieros, lo que refuerza la existencia de un modelo de emprendimiento femenino semejante al masculino. (González & Vargas, 2017).

En otro aspecto, en el artículo titulado “Impulso a emprendimientos productivos de mujeres rurales” Paz C, Y; Espinosa E, M.T & Maceda M, A. (2018) explica que en la situación de mujeres que se encuentran en áreas urbanas, el reto de participar plenamente en el mercado laboral, es muy complejo porque además de sus condiciones de marginación y pobreza, ellas deben cumplir con las actividades propias de su género, que le son impuestas

tradicionalmente, como es el cuidado de su hogar, la carga de trabajo no remunerado para estas mujeres es grande comparada con la de los hombres. Por tal motivo, es necesario que desde los niveles locales de gobierno existan iniciativas encaminadas a apoyar a estas mujeres para que puedan incorporarse a alguna actividad laboral remunerada, porque no cuentan con los recursos económicos para iniciarlos por sí mismas. El sector artesanal es una de las pocas posibilidades que tienen las mujeres en América latina para salir de la pobreza o al menos obtener ingresos que complementen su gasto familiar, (Bringas & Capaldi, 2013).

En la investigación “Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia” según Laguía (2017), los estudios previos sobre la intención emprendedora revelan que la influencia de las variables sociodemográficas puede variar debido a factores como el sexo y la edad. Este cuestionario se basa en la teoría de la acción planificada (TAP, Ajzen, 1991, 2011), y se realizó un estudio con la participación de 316 estudiantes de la universidad en Colombia, de los cuales el 63.6% eran del género femenino y el 36.4 % del género masculino, con edades entre 18 y 43 años. Al calcular la intención emprendedora y los tres elementos de la TAP (actitud, norma subjetiva y autoeficacia), se trabajó con el Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE; Rueda et al., 2015). Los cuales dieron un estudio el cual demostró que las variables propuestas mostraron una actitud significativa y con un resultado positivo para la variable de intención a emprender. Los participantes obtuvieron puntuaciones relativamente altas en intención emprendedora, destacándose la autoeficacia emprendedora con la media más alta entre los componentes de la TAP. En relación con las variables de control, no se observaron vínculos relevantes con la intención de emprender, como la edad, el género, haber tenido contacto con un centro u organismo de apoyo al emprendimiento, ni tener un familiar emprendedor, (Laguía, Moriano, Molero, & Gámez, 2017).

2.2 Estado del arte

La mujer está influenciada por el rol que la sociedad le asigna, lo que impacta en su intención de iniciar un negocio o no (Lasio & Caicedo, 2016). Las organizaciones públicas y privadas consideran el emprendimiento como una herramienta clave para estimular la economía del país. En Ecuador, el gobierno central tiene en cuenta ofrecer apoyo a los sectores vulnerables de la población. (Delgado, 2019).

Los determinantes que influyen en el desempeño de las mujeres empresarias incorporan variables demográficas y factores ambientales. Estudios en los campos de género y diversidad han señalado que, en contraste de los hombres, se denotó que las mujeres son consideradas más aptas para emplear estrategias inclusivas y liderar empresas sociales debido a competencias como la compasión, empatía y sensibilidad emocional. Este enfoque inclusivo ha llevado a que las empresarias desempeñen un papel importante en el desarrollo socioeconómico y en la mitigación de la pobreza. Sin embargo, el entorno turbulento e incierto de las economías emergentes presenta desafíos específicos para las mujeres emprendedoras, tales como vacíos institucionales, pobreza extrema, escasez de habilidades, falta de educación empresarial y una posición socialmente desventajosa en algunas culturas. A pesar de estas percepciones, algunos investigadores argumentan que asignar cualidades de liderazgo a las mujeres basándose únicamente en su género puede reforzar estereotipos y pasar por alto las experiencias y habilidades individuales de cada emprendedor (Clark Muntean & Ozkazanc-Pan, 2016; Goyal & Yadav, 2014; Kimbu & Ngoasong, 2016; Williams, 2014; Alene, 2020).

La situación desigual de las mujeres en relación con los hombres en muchos países del Medio Oriente es un ingrediente importante que impide que las mujeres se conviertan en empresarias exitosas en comparación con las mujeres de Occidente (Osama Sam Al-Kwifí., 2020), Entre las barreras que enfrentan las mujeres en su desarrollo empresarial se

encuentran los estereotipos, la discriminación, la prevalencia de culturas masculinas dominantes en las organizaciones, el acceso limitado a oportunidades de desarrollo profesional y su exclusión de las redes empresariales (Álvarez, 2020).

Las emprendedoras han identificado en el sector turístico una excelente oportunidad para iniciar sus negocios, sin descuidar otros roles importantes, como el de madre y esposa. Además, se puede concluir que los factores personales, como los altos niveles de escolaridad, la edad (entre 30 y 50 años) y el apoyo y reconocimiento familiar, representan ventajas competitivas y oportunidades para el emprendimiento (Pérez, 2023). En cambio, el autor Yang (2017), explica a pesar de los avances, los estereotipos de género y la discriminación aún pueden persistir en la industria del turismo, lo que puede limitar el acceso de las mujeres a oportunidades, financiación y reconocimiento. Pueden enfrentarse a nociones preconcebidas sobre sus capacidades o estar sujetas a prejuicios que obstaculizan su progreso (Fajardo, 2024).

El emprendimiento dentro del aspecto de la informalidad ha cobrado mayor importancia en las últimas décadas como opciones para generar ingresos y establecer dinámicas productivas. Las iniciativas empresariales autónomas se han consolidado como una alternativa fundamental para la creación de empleo, lo que ha despertado un creciente interés en el ámbito académico, técnico y en las políticas públicas. Además de su papel como generadoras de ingresos, los trabajos independientes desempeñan una función clave en la reconfiguración de los roles de género. Investigadores como Langowitz y Minniti (2007), Shabbir y Di Gregorio (1996), Ortiz et al. (2008), Hanson (2009) y Clancy (2005) han identificado relaciones significativas entre el emprendimiento formal y los cambios en la percepción de los roles de género dentro de las comunidades donde estos se llevan a cabo. (Castiblanco, 2018). De otro modo Mckinsey Global Insitute, expone algunas oportunidades de trabajo informal pueden brindar a las mujeres mayor autonomía e ingresos, otras pueden

reforzar los estereotipos de género y limitar su avance profesional. Por ejemplo, las mujeres pueden concentrarse en sectores informales mal remunerados y que requieren poca capacitación, mientras que los hombres ocupan posiciones más dominantes en las economías formales (Trigo, 2019).

Las mujeres emprendedoras desarrollan habilidades relacionadas con el autoconocimiento y el manejo de sus emociones, pero enfrentan carencias en áreas como el liderazgo, la gestión de equipos y el cumplimiento de sus metas (Delorme & León, 2020).

El trabajo doméstico a menudo es invisibilizado, pero en el caso de las mujeres rurales, este fenómeno es aún más marcado. Las tareas agropecuarias, que no se consideran estrictamente domésticas, se realizan dentro del hogar, y muchas veces las propias mujeres no las perciben como trabajo ni como una contribución a la producción de la tierra. Cuando las mujeres asumen tareas agrícolas, el cuidado de animales, el comercio en áreas rurales, la transformación de alimentos o la creación de artesanías, estas labores no se consideran trabajo formal. Alrededor del 80% de ellas señala que su actividad secundaria consiste en labores agropecuarias. (Díaz, 2002). Por otro lado, investigadores como Kabeer (2005) y Sen (1999) han desafiado las definiciones tradicionales del trabajo, haciendo hincapié en que actividades como el cuidado de personas, el trabajo doméstico y el trabajo agrícola son contribuciones cruciales a la sociedad y la economía. Abogan por una comprensión más amplia del trabajo que vaya más allá del empleo remunerado.

Además de los desafíos comunes que enfrentan las mujeres en el entorno rural, hay otras dificultades que deben superar al emprender, como la necesidad de percibir y culminar los obstáculos que imponen los sistemas históricos, sociales, culturales y políticos de la actualidad, los cuales pueden estimular o limitar el "espíritu emprendedor" en los distintos grupos sociales (Ogbor, 2000). La existencia de barreras estructurales interviene en la forma en que las mujeres administran sus actividades comerciales, particularmente debido al

acceso a recursos económicos, el cual no es fácil para las mujeres, lo que refuerza la idea de que existe un modelo de emprendimiento femenino distinto al masculino. (González, Vargas & Pineda, 2017).

Entre los principales desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras están la carencia de acceso a recursos financieros y otros, así como la marginación por género. Como resultado, las mujeres empresarias se encuentran con barreras socioculturales más complejas que sus contrapartes masculinas en los mercados emergentes. (Kamberidou, 2020).

Las costumbres y la cultura deben crear la independencia de las mujeres para actualizarse en una era de progreso social emergente a fin de conducir a la dominación de la mujer en el desarrollo de las empresas creativas. El capital social tiene una influencia positiva en el desempeño (Setini et al., 2020).

Las construcciones que explican sus actividades de desarrollo empresarial muestran: el dinero (acceso y utilización), el mercado (inteligencia de clientes) y la gestión (educación y experiencia no formales) como componentes cruciales para el desarrollo empresarial en la empresa. La maternidad (responsabilidades en el ámbito de la casa), los ambientes meso- y macroambientes (factores socioeconómicos y culturales) no sólo afectaron al desarrollo empresarial, sino que también inhibían el acceso y la utilización de dinero, gestión y mercados y moldeaban sus acciones de desarrollo empresarial (Ogundana, O. M., Simba, A., Dana, L. P., & Liguori, E. 2021). Teniendo en cuenta lo anterior las investigaciones de autores como De Bruin et al. (2005) y Marlow y Singh (2011) han destacado la importancia de la resiliencia y las redes de apoyo para las mujeres emprendedoras a la hora de superar los desafíos y alcanzar el éxito. Estas redes pueden proporcionar apoyo emocional, orientación y acceso a recursos (Arciniega, 2005).

2.3 Marco teórico

El emprendimiento hace referencia a la capacidad de una persona o un grupo para crear y emprender un negocio o proyecto con el objetivo de crear valor tanto económico como social. Este proceso suele destacarse por su enfoque en la innovación, la creatividad y la disposición a asumir riesgos (Vladimir, 2023).

De acuerdo con el informe del GEM (2021), el emprendimiento femenino representa el 80% de la fuerza laboral femenina, lo que equivale al 12,3% de las mujeres a nivel mundial. Comparado con los hombres, las mujeres empresarias constituyen aproximadamente un tercio de los emprendedores enfocados en el crecimiento activo globalmente, lo que equivale a unos 274 millones de mujeres que lideran sus propios negocios.

El estudio también indica que el 30,2% de las mujeres empresarias a nivel mundial planean contratar a seis o más empleados en los próximos cinco años, en comparación con solo el 18,7% de las encuestadas en 2019. Para los hombres, el porcentaje de empresarios que esperan contratar a seis o más empleados en los próximos cinco años es del 48%. Aunque este porcentaje ha aumentado en casi un 17% en los últimos dos años, aún queda mucho por hacer para igualar la expectativa de crecimiento de los hombres emprendedores, lo que se relaciona más con un cambio de mentalidad y cultura que debe fomentarse en la sociedad (Almeida, 2023).

En Ecuador, según Almeida (2023), las mujeres empresarias han desempeñado un papel crucial en el desarrollo económico del país, impactando positivamente a sus familias y comunidades al promover la equidad de género y aumentar su participación en la toma de decisiones. Sin embargo, aún queda mucho trabajo por hacer para que más mujeres asuman el liderazgo y logren expandir sus negocios.

2.4 Teorías que estudian la intención de emprender

Tabla 1. Resumen de las teorías que estudian la intención de emprender

Teoría	Descripción	Conceptos Clave	Principales Autores
Teoría de la Preparación Guiada	Sugiere que los emprendedores enfrentan brechas de conocimiento al iniciar un negocio y deben recibir apoyo continuo de mentores y asesores experimentados. Combina el conocimiento tácito (intuitivo y experiencial) y explícito (formal y sistemático) en un entorno práctico.	Conocimiento tácito y explícito, aprendizaje práctico, mentores	Hisrich (2013), Politis (2005), Nonaka (1995), Cope (2005)
Teoría del Aprendizaje Social	Establece que las personas aprenden observando los comportamientos y éxitos de otros, lo cual puede inspirar y motivar la intención de emprender. El modelado (observación de modelos) es esencial para internalizar los beneficios del emprendimiento.	Aprendizaje por observación, modelado, influencia de modelos exitosos	Schunk (2012), Miller (2018), Delgado (2019)
Teoría de la Alerta Emprendedora	Sostiene que el éxito emprendedor está ligado a la capacidad de percibir oportunidades y estar alerta a desequilibrios en el mercado. Se basa en la intuición y la capacidad de actuar sobre oportunidades emergentes.	Alerta emprendedora, percepción de oportunidades, capacidad de acción	Kirzner (1977), Schunk (1987), Delgado (2019)
Teoría del Capital Humano	Plantea que la inversión en educación y habilidades incrementa la productividad y facilita el emprendimiento. El capital humano (conocimientos, habilidades) mejora la capacidad de identificar oportunidades y gestionar un negocio eficazmente.	Educación, habilidades, productividad, capital humano	Becker, Mincer, Davidsson (2003), Unger (2016), Montaña (2019)

Fuente: Elaboración propia con fuentes de artículos científicos.

2.4.1 Teoría de la preparación guiada

La teoría de la preparación guiada sugiere que los empresarios enfrentan brechas en su conocimiento al iniciar un nuevo negocio. Para abordar estas lagunas, la teoría propone un enfoque estructurado en el cual los emprendedores reciben orientación y apoyo continuo de agentes externos con experiencia. Esta teoría se basa en la combinación de conocimiento tácito y explícito (Hisrich, 2013). El conocimiento tácito es personal, contextualmente

específico y, a menudo, difícil de formalizar y comunicar. Ejemplos de conocimiento tácito incluyen habilidades prácticas, intuiciones y experiencias personales. Por otro lado, el conocimiento explícito es formal, sistemático y fácil de comunicar, incluyendo manuales, documentos, teorías y datos (Politis, 2005).

La teoría enfatiza la importancia del aprendizaje en contextos reales y prácticos. Los emprendedores se benefician más cuando aprenden dentro del entorno en el que operarán sus negocios, lo que les permite adquirir conocimientos y habilidades directamente aplicables. Los agentes externos experimentados, como mentores, asesores o consultores, juegan un papel crucial en este proceso. Estos agentes, con amplia experiencia en el ámbito empresarial, guían a los emprendedores, ayudándoles a identificar y llenar las lagunas en su conocimiento (Nonaka, 1995).

El proceso de preparación guiada comienza con la identificación de las lagunas de conocimiento. Los emprendedores y sus mentores trabajan juntos para identificar las áreas en las que el emprendedor necesita mejorar o aprender más. Luego, se desarrollan planes de aprendizaje personalizados que incorporan tanto conocimientos tácitos como explícitos. Estos planes pueden incluir actividades prácticas, formación formal y sesiones de asesoramiento. Los emprendedores aplican lo que han aprendido en sus propios proyectos y negocios, con el apoyo continuo de sus mentores. El progreso se evalúa regularmente, y los planes de aprendizaje se ajustan según sea necesario para abordar nuevas lagunas de conocimiento que puedan surgir. (Cope, 2005)

La teoría de la preparación guiada ofrece varios beneficios. Al combinar conocimientos tácitos y explícitos, los emprendedores desarrollan una comprensión más completa y aplicable de cómo iniciar y gestionar un negocio. Con el apoyo y la orientación de mentores experimentados, los emprendedores pueden evitar errores comunes y tomar decisiones más informadas, lo que reduce el riesgo asociado con el emprendimiento.

Además, los emprendedores bien preparados tienen más probabilidades de innovar y adaptarse a los cambios del mercado, aumentando así sus posibilidades de éxito (Osama Sam Al-Kwafi., 2020).

2.4.2 Teoría del Comportamiento Planeado [TCP]

La Teoría del Comportamiento Planeado (TCP), formulada por Icek Ajzen, es una de las principales teorías en psicología social utilizada para comprender y predecir las acciones humanas en diferentes contextos, incluido el emprendimiento. Según esta teoría, la intención de llevar a cabo una acción concreta, como iniciar un negocio, se ve influida por tres factores fundamentales: las actitudes hacia esa acción, las normas sociales percibidas y la percepción de control sobre la acción (Ajzen, 1991).

En primer lugar, las actitudes hacia el comportamiento están relacionadas con las creencias personales sobre las posibles consecuencias de realizar una acción y cómo estas consecuencias son evaluadas, ya sea positiva o negativamente. En el ámbito del emprendimiento, esto implica que las personas que perciben que iniciar un negocio les traerá beneficios, como independencia financiera, realización personal o un aporte a la sociedad, serán más propensas a tener una actitud favorable hacia el emprendimiento y, en consecuencia, a manifestar una mayor intención de emprender (Luna-Reyes, 2019).

En segundo lugar, las normas sociales subjetivas se refieren a la presión social que se percibe sobre si una persona debería o no llevar a cabo una acción. Estas normas se derivan de las creencias sobre lo que piensan los demás (familia, amigos, colegas, la sociedad en general) respecto a si es adecuado emprender o no. Si una persona percibe que las personas clave en su entorno apoyan y valoran el emprendimiento, es más probable que desarrolle una mayor intención de hacerlo (Bandura, 1997).

Finalmente, la apreciación de control sobre la acción hace hincapié a la afirmación sobre la facilidad o dificultad de llevar a cabo una tarea o decisión., basándose en experiencias previas y en los obstáculos anticipados. Este concepto es similar a la autoeficacia, propuesta por Bandura, que está relacionada con la confianza en la propia capacidad para llevar a cabo las acciones necesarias para afrontar situaciones futuras. En el caso del emprendimiento, si una persona cree tener las habilidades, los recursos y las oportunidades necesarias para gestionar y poner en marcha un negocio, será más probable que manifieste una mayor intención de emprender (Kolvereid, 1996).

La interacción entre estos tres componentes genera la intención de emprender, la cual se ha demostrado ser un predictor importante del comportamiento emprendedor real. Sin embargo, es relevante señalar que la intención no siempre se traduce en acción debido a factores contextuales y personales que pueden influir en la ejecución de esa intención (Krueger, 2000).

Un estudio llevado a cabo por Luna-Reyes y Felipe (2019) aplicó la TCP al ámbito del emprendimiento, confirmando que las actitudes positivas hacia el emprendimiento, las normas subjetivas favorables y una alta percepción de control sobre el comportamiento aumentan significativamente la intención de emprender. Además, el estudio destacó la relevancia de los programas de formación y apoyo para emprendedores, que pueden mejorar las actitudes, influir de manera positiva en las normas sociales y reforzar la percepción de control, promoviendo así el espíritu emprendedor (Liñán, 2009).

En conclusión, la “Teoría del Comportamiento Planeado” de Ajzen ofrece un marco integral para comprender de qué manera nace la intención de emprender y cómo esta intención puede predecir la acción emprendedora real. Considerando las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y la percepción de control, esta teoría proporciona

perspectivas valiosas para el diseño de intervenciones y políticas que favorezcan el emprendimiento (Luna-Reyes & Felipe, 2019).

2.4.3 Teoría del Aprendizaje Social

Es un enfoque fundamental en la psicología que sugiere que las personas aprenden comportamientos y actitudes observando a los demás. Esta teoría se aplica ampliamente en diversos contextos, incluido el emprendimiento, para explicar cómo la observación de modelos exitosos puede influir en la intención de emprender (Schunk D. H., 2012).

Según la Teoría del Aprendizaje Social, el aprendizaje ocurre a través de la observación de comportamientos, actitudes y resultados de otros. Los individuos no solo imitan lo que ven, sino que también internalizan las consecuencias de estos comportamientos, lo que influye en su propia motivación y acciones futuras. En el contexto del emprendimiento, esto significa que observar a emprendedores exitosos puede inspirar a otros a emprender al mostrarles las recompensas y beneficios potenciales de iniciar y gestionar un negocio (Miller, 2018).

Uno de los componentes clave de esta teoría es el modelado, que se refiere al proceso de aprender a través de la observación de otros. Los modelos pueden ser personas cercanas, como familiares y amigos, o figuras públicas y emprendedores conocidos. La efectividad del modelado depende de varios factores, como la relevancia del modelo, la similitud entre el observador y el modelo, y el prestigio o éxito del modelo. Cuando las personas observan a alguien a quien consideran un modelo relevante y exitoso, es más probable que intenten emular su comportamiento (Delgado, 2019).

2.4.4 Teoría de la Alerta Emprendedora

La Teoría de la Alerta Emprendedora, propuesta por Israel Kirzner, subraya la relevancia de la capacidad de los individuos para detectar y aprovechar oportunidades como

elementos fundamentales en la intención de emprender. En este enfoque, los emprendedores se caracterizan por tener una "alerta" especial que les permite identificar oportunidades que pasan desapercibidas para los demás, y aprovecharlas para iniciar o hacer crecer un negocio. Esta teoría se centra en la idea de que el éxito emprendedor no solo depende de los recursos y habilidades del individuo, sino también de su capacidad para estar alerta a las oportunidades que el mercado ofrece (Bandura, Social Learning Theory. , 1977).

Según esta teoría, la alerta emprendedora es una cualidad distintiva de los emprendedores exitosos, que implica una sensibilidad especial para percibir oportunidades que otros no ven. Esta capacidad no se trata solo de tener acceso a información, sino de tener una actitud mental proactiva y una disposición para actuar sobre la información disponible. La alerta emprendedora se basa en la intuición, la creatividad y la capacidad de reconocer patrones en el entorno empresarial (Schunk D. H., 1987).

Un elemento clave de la Teoría de la Alerta Emprendedora es la percepción de oportunidades. Esto implica que los emprendedores exitosos son aquellos que pueden identificar desequilibrios en el mercado, como la falta de productos o servicios, cambios en las necesidades del consumidor, avances tecnológicos y otros factores que pueden crear nuevas oportunidades de negocio. La percepción de oportunidades requiere una vigilancia constante del entorno empresarial y la habilidad para interpretar señales y tendencias del mercado de manera efectiva (Delgado, 2019).

Otro componente importante es la capacidad de acción. No basta con identificar una oportunidad; los emprendedores deben ser capaces de movilizar recursos y tomar decisiones rápidas para aprovechar esas oportunidades. Esto incluye la capacidad de reunir capital, formar equipos, desarrollar productos o servicios y ejecutar planes de negocio con eficacia. La capacidad de acción está estrechamente ligada a la confianza en uno mismo y a la disposición para asumir riesgos calculados (Moya, 2019).

2.4.5 Teoría del Capital Humano

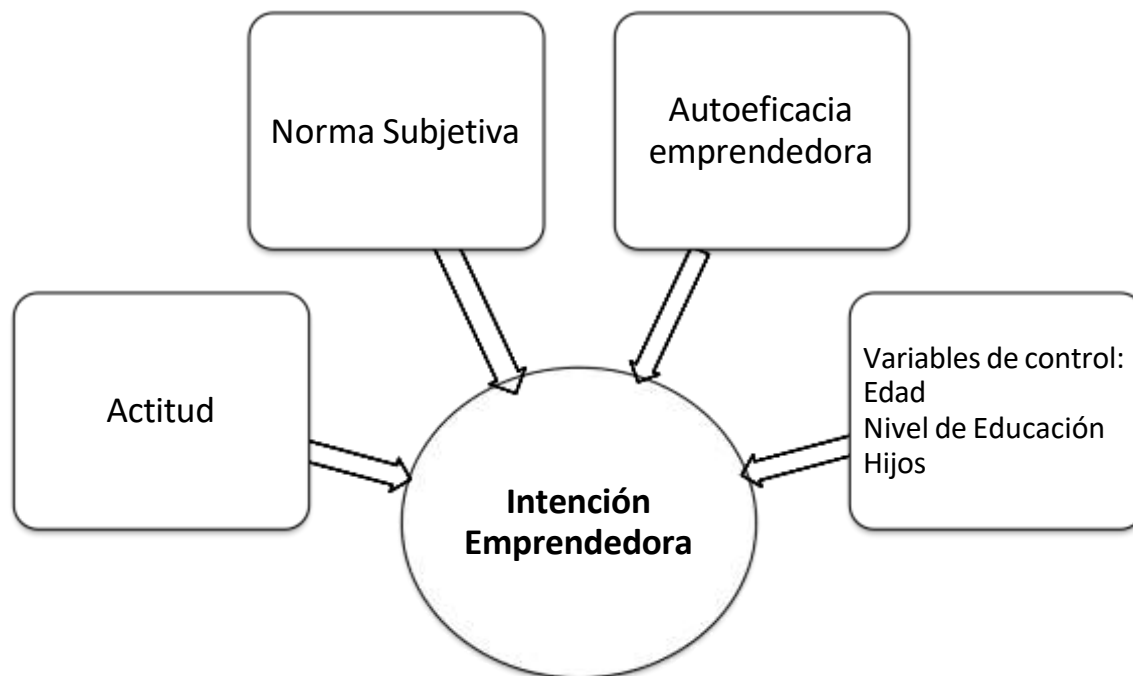
La Teoría del Capital Humano, formulada principalmente por economistas como Gary Becker y Jacob Mincer, sostiene que las habilidades, conocimientos y capacidades adquiridas por los individuos a través de la educación y la experiencia laboral constituyen un tipo de "capital" que puede aumentar la productividad y mejorar el desempeño en el ámbito laboral. Según esta teoría, el capital humano se refiere a los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas por una persona a través de la educación, la formación y la experiencia. Estas inversiones en capital humano no solo incrementan las oportunidades de empleo, sino que también fomentan el emprendimiento y el crecimiento económico (Davidsson, 2003).

Un concepto central de la Teoría del Capital Humano es que la adquisición de conocimientos y habilidades a través del aprendizaje y la educación formal mejora la eficiencia de los individuos, lo que, a su vez, aumenta su potencial para generar ingresos. Una mayor productividad se traduce en mayores salarios y en una mayor capacidad para crear valor económico. Esto es especialmente relevante en el contexto del emprendimiento, donde la adquisición de habilidades y conocimientos específicos puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un negocio. Los emprendedores con un alto nivel de capital humano están mejor equipados para identificar oportunidades, innovar y gestionar sus empresas de manera efectiva (Unger, 2016).

En el contexto del emprendimiento, una fuerza laboral bien educada y capacitada puede contribuir al desarrollo de un ecosistema empresarial dinámico y sostenible. Esto se debe a que los emprendedores necesitan, además de habilidades técnicas y comprensión del ámbito empresarial, la capacidad para adaptarse rápidamente a las fluctuaciones y dificultades que surgen en el entorno del mercado. (Montaño, 2019).

2.5 Determinantes del emprendimiento femenino

Ilustración 1. Determinantes de la intención del emprendimiento femenino



Nota: Elaboración propia con base en Laguía, et al. (2017), Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora.

El emprendimiento femenino enfrenta diversas barreras, entre las cuales la maternidad y el cuidado de los hijos son consideradas como una de las más significativas. Por otro lado, pueden estar involucrados en su mayoría los hijos, ya que brindan apoyo en la supervisión y orientación, debido a que muchos de ellos están cursando estudios universitarios, y con una visión distinta contribuyen al desarrollo del emprendimiento. (Orihuela-Ríos, 2022)

La edad es otro factor importante que influye en el emprendimiento femenino. Las mujeres de mayor edad suelen tener más experiencia laboral y personal, lo que puede traducirse en una mejor toma de decisiones y gestión empresarial. El conocimiento adquirido con el tiempo brinda a las mujeres emprendedoras una visión más profunda y una habilidad superior para superar las adversidades. Además, la madurez y la resiliencia que vienen con

la edad puede ser beneficiosas para manejar los altibajos del emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor, 2017).

El acceso al capital es otro aspecto clave a considerar. Diversos estudios han destacado que las mujeres suelen tener menos acceso a fuentes de financiamiento para sus emprendimientos en comparación con los hombres. Esto se debe, entre otras razones, al temor al riesgo, al deseo de mantener el control total sobre sus negocios o a las prácticas desleales de las instituciones financieras (Heilbrunn, 2004; García-Villalobos et al., 2019). En efecto, la falta de financiación es uno de los principales obstáculos para las emprendedoras, un reto que, aunque no se puede probar como una forma explícita de discriminación, parece estar relacionado con el tamaño de las empresas creadas por mujeres, las cuales suelen ser pequeñas y, por lo tanto, brindan menos garantías de éxito ante las entidades financieras (Álvarez et al., 2012).

Por otro lado, Welter (2020) sostiene que el nivel educativo es un elemento determinante en la habilidad de las mujeres para emprender y gestionar sus negocios. Las mujeres con mayores niveles educativos tienen un acceso más amplio a conocimientos y habilidades que son esenciales para iniciar y gestionar un negocio. La educación proporciona una base sólida en áreas como la gestión empresarial, el marketing y las finanzas, que son fundamentales para el éxito de un emprendimiento.

La educación facilita el acceso a información relevante sobre oportunidades de negocio y programas de apoyo al emprendimiento, lo que puede ser determinante para las mujeres que desean iniciar sus propios negocios. (Welter, 2010).

De acuerdo con la guía de expectativa-valor de las actitudes propuesto por Ajzen (1975), la variable actitud se define por la intensidad de cada creencia combinada con su valor personal. Las mujeres que consideran que emprender les proporcionará resultados

positivos y valoran esos resultados de forma favorable, desarrollarán una actitud más positiva hacia el emprendimiento, lo que incrementará su intención de iniciar un negocio.

La norma subjetiva se refiere a la presión social que se percibe para llevar a cabo o abstenerse de realizar un comportamiento específico, como lo es el acto de emprender. Las creencias normativas están relacionadas con la probabilidad de que individuos o grupos relevantes aprueben o desapruében la acción en cuestión (Ajzen, 1991). En este contexto, las normas subjetivas reflejan la presión social sobre la creación de un negocio. Cuanto más favorables sean estas normas, mayor será la intención emprendedora de las mujeres.

Según Krueger (2000), la autoeficacia se refiere a la creencia en la propia capacidad para llevar a cabo una acción determinada, en este caso, el emprendimiento. Esta percepción de autoeficacia implica la confianza en las habilidades necesarias para realizar con éxito ciertas actividades. En otras palabras, a medida que las mujeres perciban más recursos y oportunidades y menos obstáculos anticipados, mayor será su percepción de control sobre su conducta emprendedora. Las mujeres con alta autoeficacia, es decir, que confían en su capacidad para crear y gestionar un negocio, mostrarán una mayor intención de emprender.

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

3.1 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo cualitativa y cuantitativa, se realiza mediante la recolección y análisis de datos numéricos, esto para responder nuestra la de investigación.

Es una investigación de campo, recopilando de fuentes primarias con los encuestados y posteriormente se realiza una recopilación de datos y levantamiento de encuestas a las personas del medio urbano y rural del cantón Riobamba.

3.2 Diseño de Investigación

Se aplica el método analítico, partiendo de la definición del problema y descomponiendo cada uno para conocer las causas y factores que inciden en la intención del emprendimiento femenino.

Se analizan teorías pertinentes para nuestra investigación, y se aplica el método hipotético deductivo, el cual es un enfoque de investigación científica en donde se formula una hipótesis y se aplica un modelo econométrico.

3.3 Técnicas de recolección de Datos

El Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE) se basa en la Teoría de la Acción Planificada (TAP) de Ajzen (1991), que es en la actualidad el método más utilizado para prever las intenciones de emprender. Este cuestionario, desarrollado y validado en España por Rueda, Moriano y Liñán (2015), se inscribe dentro de la mencionada teoría.

A través del modelado de ecuaciones estructurales, se ha demostrado que el CIE presenta una alta fiabilidad y una capacidad predictiva significativa en relación con la intención emprendedora. Contar con niveles de medida validada y confiable en diferentes áreas dentro del nivel cultural que permite realizar contrastes entre diversas agrupaciones o dentro de la misma entidad en distintos momentos. Un mayor entendimiento de los factores

psicosociales que influyen en la intención emprendedora de los jóvenes universitarios, tales como las actitudes referentes a los emprendimientos, las normas subjetivas y la autoeficacia, puede contribuir a diseñar programas de formación emprendedora más efectivos, los cuales se están promoviendo en diversas universidades y otras instituciones (Rueda et al., 2015).

La Teoría de la Acción Planificada (TAP) indica que la intención de llevar a cabo una acción está compuesta por tres factores clave: (a) la actitud hacia esa acción, (b) la norma subjetiva y (c) el Control Conductual Percibido (CCP). Investigaciones previas sobre la intención emprendedora han revelado que el impacto de cada uno de estos componentes varía entre diferentes estudios (Krueger et al., 2000; Liñán & Chen, 2006) y está influenciado por variables sociodemográficas como el sexo y la edad (Haus et al., 2013; Leroy et al., 2009; Moriano, 2005). La mayoría de las investigaciones concluyen que el Control Conductual Percibido es el factor con mayor impacto. Además, únicamente este factor y la intención se consideran predictores directos de la acción. De manera específica, la variabilidad explicada de la intención emprendedora por los tres factores varía entre el 20% y el 65%, según el estudio.

Para evaluar la intención emprendedora, así como los tres componentes de la TAP (actitud, norma subjetiva y autoeficacia), se emplea el Cuestionario de Intención Emprendedora (Rueda et al., 2015). Todos los ítems del cuestionario están diseñados con una escala de respuesta tipo Likert de 7 puntos. A continuación, se describe cada una de las dimensiones que integran el CIE.

3.3.1 Cuestionario de la Intención Emprendedora [CIE]

a) Actitud hacia la conducta emprendedora

Las actitudes no solo están influenciadas por las creencias, sino también por la valoración personal de dichas creencias. Para medir este componente, se utiliza: (a) un conjunto de seis preguntas relacionadas con lo que implicaría para una persona ser

empresaria, con respuestas en una escala del 1 al 7, donde 1 significa "Totalmente improbable" y 7 "Totalmente probable", y (b) otro conjunto de seis preguntas que miden qué tan deseable es cada uno de esos aspectos, con un rango de 1 (Nada deseable) a 7 (Totalmente deseable). La puntuación total se calcula multiplicando la puntuación de cada expectativa sobre ser emprendedor por su nivel de deseabilidad y luego dividiendo el resultado entre siete. Las puntuaciones altas reflejan una actitud positiva hacia el emprendimiento. La fiabilidad de esta subescala (alfa de Cronbach) fue de 0.82, lo que indica una consistencia interna adecuada, ya que supera el umbral recomendado de 0.7. (Nunnally, 1978).

b) Norma subjetiva

La norma subjetiva incluye: (a) un grupo de tres ítems que exploran la opinión de personas significativas o referentes (familia, amigos, compañeros o colegas) sobre la decisión de emprender del participante (1 = Nada de acuerdo y 7 = Totalmente de acuerdo) y (b) otro conjunto de tres ítems que mide el valor de la creencia de estas personas (1 = Nada importante a 7 = Muy importante), reflejando la motivación para ajustarse a las expectativas de los referentes. La puntuación de cada ítem del primer grupo se multiplica por la importancia asignada y se divide el resultado entre siete. Cuanto mayor sea la puntuación global, mayor será la relevancia de la norma subjetiva. La cifra fiable de esta subescala (alfa de Cronbach) fue de 0.83.

c) Autoeficacia emprendedora

Este grado, compuesto por seis ítems con respuestas, en una escala Likert de 7 puntos (1 = Totalmente ineficaz a 7 = Totalmente eficaz), es una versión abreviada de la escala de autoeficacia emprendedora (Moriani, Palací, & Morales, 2006a), a la que se le añadió un factor adicional relacionado con las etapas iniciales de la creación de una empresa: definir la idea, redactar el plan de negocio y realizar los trámites administrativos. La fiabilidad de esta escala fue adecuada (alfa de Cronbach = 0.77).

d) Intención emprendedora

Para medir la intención emprendedora, se utiliza una escala de cuatro ítems que valoran diferentes afirmaciones sobre la creación de una empresa (por ejemplo, "Estoy decidido a crear una empresa en el futuro"), con opciones de respuesta en una escala Likert de 1 (Nada) a 7 (Totalmente). La fiabilidad de esta escala fue excelente (alfa de Cronbach = 0.91). Además, se incluye una pregunta para evaluar si la motivación para emprender es por necesidad o por oportunidad.

e) Variables sociodemográficas y otras variables de control

Se recopilaron datos sociodemográficos, tales como la presencia de hijos, nivel educativo y edad de las mujeres, tanto en áreas rurales como urbanas, que fueron utilizadas como variables de control en el estudio.

3.3.2 Procedimiento

La muestra fue tomada de acuerdo distribución de mujeres dentro de la Población Económicamente Activa [PEA], las cuales fueron encuestadas en el Cantón Riobamba según su zona de residencia (urbana o rural) y su intención de emprender.

Las encuestas fueron realizadas de la siguiente manera; dentro del cuestionario la primera sección contiene preguntas sociodemográficas, las cuales fueron determinadas dicotómicamente en respuestas 0-1, y la siguiente contiene preguntas que miden la intención del emprendimiento bajo el instrumento Cuestionario de Intención Emprendedora [CIE], el cual se encuentra validado y enmarcado dentro de la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991), las cuales fueron determinadas dentro de una escala de Likert del 1-7 siendo 1 el nivel más bajo (menos intención de emprender) y 7 el nivel más alto (máxima intención a emprender).

3.3.3 Técnica

La metodología utilizada consiste en aplicar una encuesta a un grupo previamente definido de individuos, en este caso, mujeres, utilizando un cuestionario previamente diseñado y organizado para recabar datos sobre una variable específica (Malhotra, 2008).

3.3.4 Instrumento

Para valorar la intención emprendedora y existen 3 mecanismos de la Teoría de la Acción Planificada (actitud, norma subjetiva y autoeficacia), se utilizó el Cuestionario de Intención Emprendedora (Laguía, Moriano, Molero, & Gámez, 2017). Este cuestionario se aplicó de manera individual, con una duración de aproximadamente 20 minutos por encuesta, dirigido a mujeres de entre 15 y 65 años. El propósito fue determinar la intención emprendedora de las mujeres en el Cantón Riobamba.

El cuestionario consta de 23 ítems en total. En la primera sección, incluye 5 preguntas sociodemográficas, mientras que en la segunda sección, con 18 preguntas, se busca medir la intención de emprendimiento femenino. Las respuestas se valoran en una escala Likert de 7 puntos, que va desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo". Así, el cuestionario se divide en dos partes: la primera para obtener datos sociodemográficos y la segunda para medir la intención emprendedora.

Para validar este instrumento, los autores aplicaron el criterio de ítem-test y realizaron un análisis factorial, cuyos valores de los ítems oscilan entre 0.401 y 0.808, asegurando que midieron adecuadamente lo que se pretendía. En términos de confiabilidad, se utilizó el coeficiente de consistencia interna, calculado mediante el alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de 0.863, lo que indica que el instrumento es confiable desde una perspectiva psicométrica. (Hernández y García, 2008).

3.4 Técnicas de Análisis e interpretación

Los datos fueron recopilados en el medio urbano y rural, posteriormente fueron analizados y pasados mediante la recolección de datos mediante la plataforma digital esto en el caso del área urbana ya que en esta área se levantó en línea, mientras que para el área rural se realizó encuestas físicas, en la cual mediante una tabulación se determinaron los resultados de la recopilación de datos con respecto a la muestra, en donde se tomaron 118 encuestas para el área rural y 238 para el área urbana.

3.5 Hipótesis alternativas

H1: La zona de residencia es el factor más significativo que determina la intención del emprendimiento femenino en el área rural y urbana en el Cantón Riobamba.

H1: La actitud a emprender es el factor más significativo que determina la intención del emprendimiento femenino en el área rural y urbana en el Cantón Riobamba.

H1: La norma subjetiva es el factor más significativo que determina la intención del emprendimiento femenino en el área rural y urbana en el Cantón Riobamba.

H1: La autoeficacia emprendedora es el factor más significativo que determina la intención del emprendimiento femenino en el área rural y urbana en el Cantón Riobamba.

3.6 Modelo Econométrico

3.6.1 Modelos Probabilísticos

Un modelo estadístico es una clase de modelo matemático que emplea la probabilidad y que contempla un conjunto de suposiciones sobre cómo se generan ciertos datos muestrales, con el fin de que representen de forma aproximada los datos de una población más amplia.

Las suposiciones o hipótesis de un modelo estadístico establecen un conjunto de distribuciones de probabilidad que pueden ajustarse adecuadamente a un conjunto de datos. Las distribuciones de probabilidad que forman parte de los modelos estadísticos son lo que la diferencia de otros modelos matemáticos deterministas (McCullagh, 2002).

3.6.2 Modelo Logit y Probit ordinal

3.6.2.1 Modelo Logit Ordinal

Agresti (2002), explica que el modelo logit ordinal, también conocido como modelo de probabilidades proporcionales (proportional odds model), se basa en la idea de que las odds de estar en una categoría o inferior son proporcionales para las distintas categorías de la variable dependiente.

Generaliza el modelo logit para manejar variables dependientes ordinales. Se basa en el supuesto de que la relación entre cada par de categorías es igual. Se usa la misma forma funcional de la función logística, pero aplicada a las probabilidades acumulativas.

3.6.2.2 Modelo Probit Ordinal

Greene (2012), indica que el modelo probit ordinal es apropiado cuando la variable dependiente es ordinal y se asume una variable continua subyacente con una distribución normal. Este modelo convierte las probabilidades acumuladas en una variable continua mediante la función probit ordinal.

Similar al modelo logit ordinal, **sin embargo, hace uso de** la función de distribución acumulativa normal para **simular** las probabilidades acumulativas de las categorías ordinales.

Los modelos ordinales se usan frecuentemente en encuestas de opinión, clasificaciones de satisfacción y estudios en los que las respuestas se pueden clasificar en un orden natural pero no necesariamente en una escala numérica uniforme.

3.6.3 Población de estudio y tamaño de muestra

Los datos fueron recopilados a través de la página del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos).

3.6.3.1 Población Económicamente Activa de mujeres en el Cantón

Riobamba

Tabla 2. PEA de mujeres en el Cantón Riobamba

Población Económicamente Activa	
PARROQUIA	PEA MUJERES
RIOBAMBA	21665
CACHA	615
CALPI	804
CUBIJES	273
FLORES	1278
LICTO	1735
PUNGALA	1188
PUNIN	1384
QUIMIAG	803
SAN JUAN	849
SAN LUIS	1281
TOTAL	31875

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEC

A partir de los datos recopilados en la tabla se distribuye la población dentro de áreas rurales como urbanas del Cantón Riobamba las cuales se presentan en la tabla de la siguiente manera:

Tabla 3. Población urbana y rural de mujeres en el Cantón Riobamba

ZONA URBANA	21665	238	67%
ZONA RURAL	10210	118	33%
TOTAL	31875	356	100%

Fuente: Elaboración propia con base de datos del INEC

3.6.4 Determinación del tamaño de la muestra

3.6.4.1 Muestra para la zona urbana

$$n = \frac{Z_a^2 * (p * q)}{E^2 + \frac{a}{21665}}$$

n= PEA mujeres

N= Mujeres en la zona urbana del Cantón Riobamba

p= 95% confiabilidad

q= (q=1-p=0,5)

E= 0,05

Z= 95%

3.6.4.2 Muestra para la zona rural

$$n = \frac{Z_a^2 * (p * q)}{E^2 + \frac{a}{10210}}$$

n= PEA mujeres

N= Mujeres en la zona rural del Cantón Riobamba

p= 95% confiabilidad

q= (q=1-p=0,5)

E= 0,05

Z= 95%

La PEA de mujeres en el Cantón Riobamba, está compuesta por 31.875 según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), la zona urbana está compuesta por 21.665 que representa el 67% de mujeres, mientras que la zona rural por 10210 mujeres, que

representa al 33%. Aplicando la fórmula de la muestra para población finita, determinamos que se aplicarán: 356 encuestas en total, las cuales, bajo una regla de 3, se aplican 238 encuestas para la zona urbana y 118 encuestas para la zona rural.

Se aplican dos modelos econométricos, una con la encuesta aplicada para el sector rural con 118 observaciones, y otro para el sector urbano con 238 observaciones para el Cantón Riobamba.

3.6.5 Área Rural

$$Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5 + \beta_6x_6 + U \quad (1)$$

- Y = Intención Emprendedora

Está compuesto por 4 elementos, utilizando una escala de Likert del 1 al 7 siendo; 1 totalmente improbable y 7 totalmente probable (Promedio de la dimensión).

- x_1 Hijos

Cuenta con 4 alternativas de respuesta siendo estas Ninguno, 1; 2; 3 o mas

- x_2 = Nivel de Educación

Cuenta con 4 alternativas de respuesta; Ninguno, primaria, secundaria, educación superior

- x_3 = Edad

Cuenta con 4 alternativas de respuesta en que van en rangos desde; 15-25; 26-35; 36-45; 46 en adelante

- x_4 = Actitud

Cuenta con 5 ítems, con una escala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 totalmente improbable y 7 totalmente probable (Promedio de la dimensión).

- x_5 = Norma subjetiva

Cuenta con 3 ítems, con una escala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo (Promedio de la dimensión).

- x_6 = Autoeficacia emprendedora

Cuenta con 6 ítems, con una estala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 totalmente ineficaz y 7 totalmente eficaz (Promedio de la dimensión).

- μ = error

3.6.6 Área Urbana

$$Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5 + \beta_5x_5 + U (2)$$

- Y = Intención Emprendedora

Está compuesto por 4 elementos, utilizando una escala de Likert del 1 al 7 siendo; 1 totalmente improbable y 7 totalmente probable (Promedio de la dimensión).

- x_1 Hijos

Cuenta con 4 alternativas de respuesta siendo estas Ninguno, 1; 2; 3 o mas

- x_2 = Nivel de Educación

Cuenta con 4 alternativas de respuesta; Ninguno, primaria, secundaria, educación superior

- x_3 = Edad

Cuenta con 4 alternativas de respuesta en que van en rangos desde; 15-25; 26-35; 36-45; 46 en adelante

- x_4 = Actitud

Cuenta con 5 ítems, con una estala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 totalmente improbable y 7 totalmente probable (Promedio de la dimensión).

- x_5 = Norma subjetiva

Cuenta con 3 ítems, con una estala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo (Promedio de la dimensión).

- x_6 = Autoeficacia emprendedora

Cuenta con 6 ítems, con una estala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 totalmente ineficaz y 7 totalmente eficaz (Promedio de la dimensión).

- μ = error

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ Parámetros de regresión a estimar

3.6.7 Tabla de signos esperados

Tabla 4. Signos esperados

Variable	Signo Esperado	Justificación
Edad	+	Significancia en cuanto las mujeres más jóvenes suelen ser más propensas a asumir riesgos, mientras que las mujeres mayores pueden tener más experiencia y recursos financieros. (Fishbein, 1975)
Hijos	+	Las responsabilidades familiares pueden reducir el tiempo y los recursos disponibles para emprender. Algunas mujeres pueden ver el emprendimiento como una forma de obtener mayor flexibilidad laboral y una mejor conciliación entre la vida laboral y familiar. (Armitge, 2001)
Nivel de educación	+	Un mayor nivel de educación suele estar asociado con una mayor autoeficacia y una mejor percepción de viabilidad para emprender. (Armitge, 2001)
Actitud	+	En el ámbito rural y urbano se pueden desarrollar actitudes favorables como consecuencias deseables. Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017)
Norma Subjetiva	-	Ligada a la presión social de emprender o no, aprueban o desaprueban ciertas decisiones, entonces no representaría mayor significancia. Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017)

Autoeficacia emprendedora	+	Definición de la idea tomando en cuenta el plan de negocio que se tiene en mente con intención de realizar los planes requeridos, tiene alto grado de significancia. Lagúa, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017)
----------------------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia con base en fuentes bibliográficas

3.7 Variables

3.7.1 Variable Dependiente

Intención emprendedora: Para evaluar la intención en este modelo, se utiliza una escala formada por cuatro ítems que examinan diferentes afirmaciones relacionadas con la creación de una empresa (por ejemplo, "Tengo la intención de fundar una empresa en el futuro"), con respuestas en una escala Likert de 1 = Nada a 7 = Totalmente. La fiabilidad de esta escala fue altamente satisfactoria (alfa de Cronbach = 0.91).

3.7.2 Variables Independientes

a) Edad

Se refiere al tiempo que una persona ha estado realizando actividades empresariales o de algún tipo de negocio, la experiencia acumulada en el ámbito empresarial puede tener un impacto positivo y hacer crecer un negocio (Shane, 2000).

b) Hijos

Esta variable es de gran importancia, se basa en que, si las mujeres al tener hijos se esfuerzan en mayor medida para querer emprender y tener mayores ingresos, esto ligado con el tiempo disponible para cuidar a un hijo y emprender un negocio (Jennings, 2013).

c) Nivel de educación

Esta variable analiza el nivel de educación que tiene una mujer primaria, secundaria o tercer nivel, al tener un mayor nivel de educación va a tener mayor conocimiento y menor riesgo al fracaso al momento de emprender (Davidsson, 2003).

d) Actitud

Es la valoración favorable o desfavorable que una persona tiene acerca de la idea de comenzar su propio negocio; la actitud refleja el nivel en que una persona percibe de manera positiva la posibilidad de convertirse en emprendedora.(Liñán, 2009).

e) Norma subjetiva

Se basa en las expectativas familiares y el apoyo que percibe la persona de la familia, amigos y colegas para llegar a ser emprendedor (Ajzen, 1991).

f) Autoeficacia

Se define como la creencia que tiene una persona en si mismo, en sus habilidades para realizar un determinado trabajo, que permite explicar de mejor manera la intención para emprender (Bandura, 1997).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

En la primera parte se analizan los datos descriptivos que son aquellas variables socioeconómicas generales de la investigación, en segundo lugar, se visualiza las tablas de frecuencias de las variables más relevantes, en tercer lugar, se encuentran las tablas de contingencia con su respectivo análisis correspondiente y por último se encuentra el modelo propuesto de la investigación que fue realizado con la finalidad de contrastar las hipótesis.

4.1.1 Análisis descriptivo

A continuación, se presentan las tablas de frecuencia de las variables sociodemográficas.

Tabla 5. Variables sociodemográficas de las mujeres encuestadas en el Cantón Riobamba

Variable	Descripción	Área Urbana	Área Rural
Mujeres encuestadas	Número	238	118
Hijos	Ninguno	36.13 %	17.80 %
	1	36.55 %	33.90 %
	2	18.91 %	33.90 %
	3 o más	8.40 %	14.41 %
	Nivel de Educación	Ninguno	0.42 %
	Primaria	2.10 %	37.29 %
	Secundaria	41.60 %	33.90 %
	Educación superior	55.88 %	11.86 %
Edad	15-25	15.97 %	19.49 %
	26-35	30.67 %	34.75 %
	36-45	30.67 %	26.27 %
	46 en adelante	22.69 %	19.49 %

Fuente: Elaboración propia con datos del INEC con resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

Dentro del análisis de las encuestas, se observa que las mujeres encuestadas dentro de la zona urbana representan al 238, mientras que en la zona rural representan al 118.

En cuanto al número de hijos, las mujeres en el área urbana tienen una mayor probabilidad de no tener hijos (36.13%) en comparación con las mujeres en el área rural (17.80%). Sin embargo, la probabilidad de tener dos hijos es significativamente mayor en el área rural (33.90%) frente al área urbana (18.91%). Además, las mujeres en áreas rurales tienen una mayor probabilidad de tener tres o más hijos (14.41%) en comparación con las mujeres en áreas urbanas (8.40%).

Con relación al nivel de educación, se observa que las mujeres en áreas urbanas tienen una probabilidad mucho mayor de alcanzar la educación superior (55.88%) en comparación con las mujeres en áreas rurales (11.86%). En contraste, una mayor proporción de mujeres en áreas rurales no tienen ningún nivel de educación (16.95%) en comparación con las mujeres en áreas urbanas (0.42%). Las mujeres en áreas rurales también tienen una probabilidad significativamente mayor de haber completado solo la educación primaria (37.29%) comparado con mujeres dentro de la zona urbana (2.10%).

En términos de edad, las discrepancias entre la zona rural y urbana no son tan marcadas. La distribución es relativamente similar en ambos contextos, aunque se destaca una mayor probabilidad de que las mujeres de la zona rural estén en el rango de 26-35 años (34.75%) en comparación con las mujeres en áreas urbanas (30.67%).

Estas observaciones subrayan las diferencias clave en las características sociodemográficas áreas urbana y rural dentro del Cantón Riobamba, destacando especialmente las disparidades en educación y número de hijos.

Para analizar la relación entre el medio urbano y el rural dentro de la intención de emprender, se construyó una tabla de contingencia con los datos recolectados dentro de la encuesta los cuales fueron analizados mediante STATA.

Actitud: Se encuentra conformada por la intensidad de cada creencia, combinada de manera multiplicativa con su valor personal.

Tabla 6. Actitud emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba

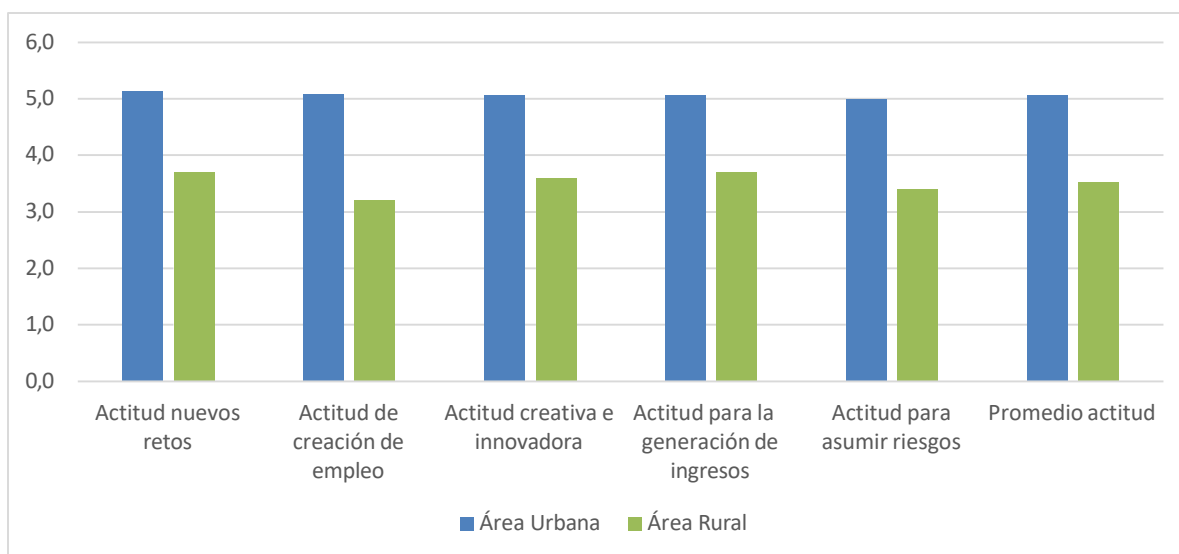
	ÁREA	Totalmente improbable	Muy improbable	Poco Probable	Moderadamente probable	Probable	Muy probable	Totalmente probable
¿Se enfrentaría	Urbano	1,68%	3,36%	7,14%	15,13%	30,67%	23,95%	18,07%

¿Asumiría riesgos siendo su propio jefe?	Urbano	2,10%	2,52%	8,82%	21,85%	27,31%	19,75%	17,65%
	Rural	6,78%	7,63%	42,37%	33,05%	5,93%	2,54%	1,69%
¿Quisiera tener altos ingresos?	Urbano	1,68%	2,94%	8,82%	21,01%	26,05%	19,33%	20,17%
	Rural	1,69%	9,32%	40,68%	32,20%	5,93%	5,08%	5,08%
¿Es creativo e innovador?	Urbano	1,26%	2,52%	8,82%	21,43%	27,31%	19,75%	18,91%
	Rural	1,69%	8,47%	42,37%	31,36%	9,32%	4,24%	2,54%
¿Crearía empleo para otras personas?	Urbano	1,26%	2,94%	8,40%	18,07%	27,73%	26,47%	15,13%
	Rural	6,78%	19,49%	36,44%	25,42%	5,93%	3,39%	2,54%
¿A nuevos retos?	Urbano	2,54%	7,63%	33,90%	37,29%	11,86%	2,54%	4,24%
	Rural	2,54%	7,63%	33,90%	37,29%	11,86%	2,54%	4,24%

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas aplicadas a las mujeres del área urbana y rural en abril del 2024.

Seguidamente, se muestra el gráfico elaborado para la variable actitud, en donde se presenta la comparación del área urbana y rural.

Ilustración 2. Actitud emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba (promedio área urbana y rural)



Nota: De acuerdo con el instrumento CIE, la variable actitud se califica de la siguiente manera: 1: Totalmente improbable, 2: Muy improbable, 3: Poco Probable, 4: Moderadamente probable, 5: Probable, 6: Muy probable, 7: Totalmente probable.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

La dimensión actitud está compuesta por 5 categorías, la primera: “actitud hacia nuevos retos”, para el área urbana tiene promedio de 5,1, lo que indica una probabilidad de que estén dispuestas a asumir nuevos retos. En contraste, las mujeres del área rural muestran un promedio de 3,5 lo que sugiere una inclinación poco probable a enfrentarse a nuevos desafíos.

En lo referente para la segunda categoría “actitud de crear empleo”, se observa para el Área Urbana tienen una actitud positiva con un porcentaje de 5,1 hacia la creación de empleo. En contraste, las mujeres del área rural un porcentaje de 3,2, indicando una poca probabilidad de que consideren la creación de empleo como una meta alcanzable.

Por otra parte, la tercera categoría “actitud creativa e innovadora”, las mujeres del área urbana tienen un porcentaje de 5,1, lo que refleja una confianza en su capacidad para generar ingresos sugiriendo una propensión a la innovación. En el área rural, la puntuación es 3,6, indicando poca probabilidad de que se involucren en actividades creativas e innovadoras.

Del mismo modo, la cuarta categoría “generación de ingresos” en el área urbana, muestra una cifra de 5,1, refleja una probable confianza en su capacidad para generar ingresos. En el área rural, la puntuación es aproximadamente 3,7, indicando poca probabilidad de que estén dispuestas a generar ingresos.

Por último, la categoría “actitud a asumir riesgos”, las mujeres del área urbana muestran una puntuación cercana a 5,0 en esta dimensión, están más dispuestas a asumir

riesgos. En contraste, las mujeres del área rural tienen una puntuación de aproximadamente 3,4, lo que le cataloga en poco probable que quieran asumir riesgos.

El promedio general de las actitudes emprendedoras combina todas las dimensiones anteriores y proporciona una visión general de la disposición emprendedora. Las mujeres del área urbana tienen un promedio de actitud de aproximadamente 5,1, indicando una probabilidad de comportamiento emprendedor positivo. En contraste, las mujeres del área rural tienen un promedio de aproximadamente 3,5, lo que sugiere una poca probabilidad de actitudes emprendedoras fuertes. Esta diferencia general subraya las brechas entre los entornos urbanos y rurales en términos de apoyo, recursos y oportunidades para el emprendimiento.

Norma subjetiva: Expectativas e incentivos familiares sobre el deseo de llegar a ser emprendedor.

Tabla 7. Norma subjetiva de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba

	Área	Nada de acuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Apoyo de familia directa a emprender	Urbano	1,26%	1,68%	5,04%	25,21%	29,41%	19,33%	18,07%
	Rural	2,54%	2,54%	25,42%	45,76%	15,25%	7,63%	0,85%

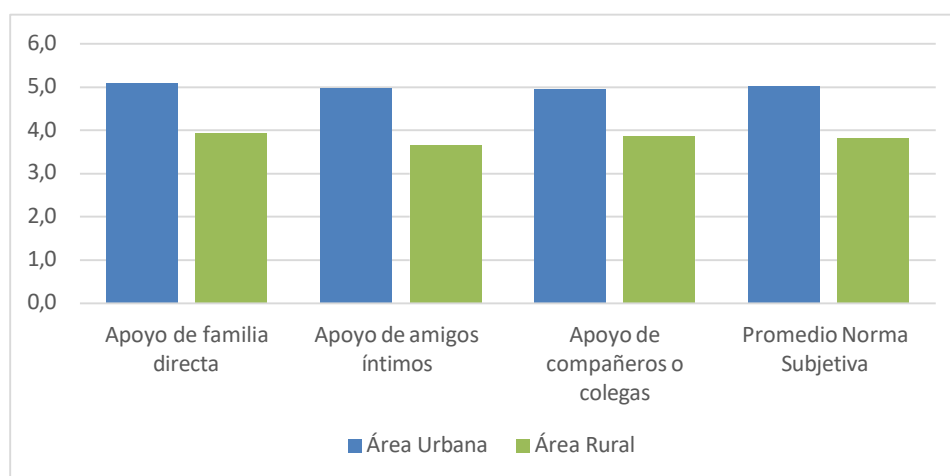
Apoyo de amigos íntimos a emprender	Urbano	0,42%	2,52%	8,82%	25,63%	26,89%	21,85%	13,87%
	Rural	3,39%	8,47%	34,75%	33,05%	12,71%	6,78%	0,85%

Apoyo de compañeros o colegas a emprender	Urbano	0,84%	1,68%	10,08%	26,47%	26,05%	20,17%	14,71%
	Rural	2,54%	2,54%	29,66%	45,76%	11,02%	7,63%	0,85%

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas aplicadas a las mujeres del área urbana y rural en abril del 2024.

Seguidamente, se muestra el gráfico elaborado para la variable Norma subjetiva, en donde se presenta la comparación del área urbana y rural.

Ilustración 3. Norma subjetiva de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba (promedio área urbana y rural)



Nota: De acuerdo con el instrumento CIE, la variable norma subjetiva se califica de la siguiente manera: 1: Nada de acuerdo, 2: Bastante en desacuerdo, 3: En desacuerdo, 4: Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5: De acuerdo, 6: Bastante de acuerdo, 7: Totalmente de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

La dimensión norma subjetiva está compuesta por 3 categorías, la primera “apoyo de la familia directa”, las mujeres del área urbana reportan un promedio de 5,1, en esta dimensión, indicando una intención “de acuerdo” de apoyo familiar. Por otro lado, las mujeres del área rural tienen una puntuación de 3,9, lo que muestra un apoyo “en desacuerdo” de familia directa.

Con lo referente a la segunda categoría “apoyo de amigos íntimos”, las mujeres del área urbana reportan una puntuación de 5,0, “de acuerdo”, sugiriendo un apoyo medio de sus amigos cercanos. En contraste, las mujeres del área rural tienen una puntuación de 3,7 “en desacuerdo”, indicando un nivel de apoyo bajo.

Por otra parte, la tercera categoría “apoyo de compañeros o colegas” en el área urbana, las mujeres muestran una puntuación de 4,9, señalando un nivel “ni de acuerdo ni desacuerdo” de apoyo de sus colegas. Las mujeres del área rural tienen una puntuación de 3,9, lo que indica un apoyo más bajo “en desacuerdo”.

En promedio para la variable norma subjetiva, las mujeres del área urbana tienen una cifra de 5,8 en comparación con las mujeres del área rural con 3,8. Esto refleja que en las áreas urbanas hay una mayor cohesión y respaldo tanto a nivel familiar, como de amigos y colegas. Esta diferencia subraya la importancia de fomentar y fortalecer las redes de apoyo en las áreas rurales, ya que son esenciales para el desarrollo personal y profesional de las mujeres emprendedoras.

Autoeficacia emprendedora: Se entiende como la convicción de un individuo en su potencial para llevar a cabo un proceso de emprender.

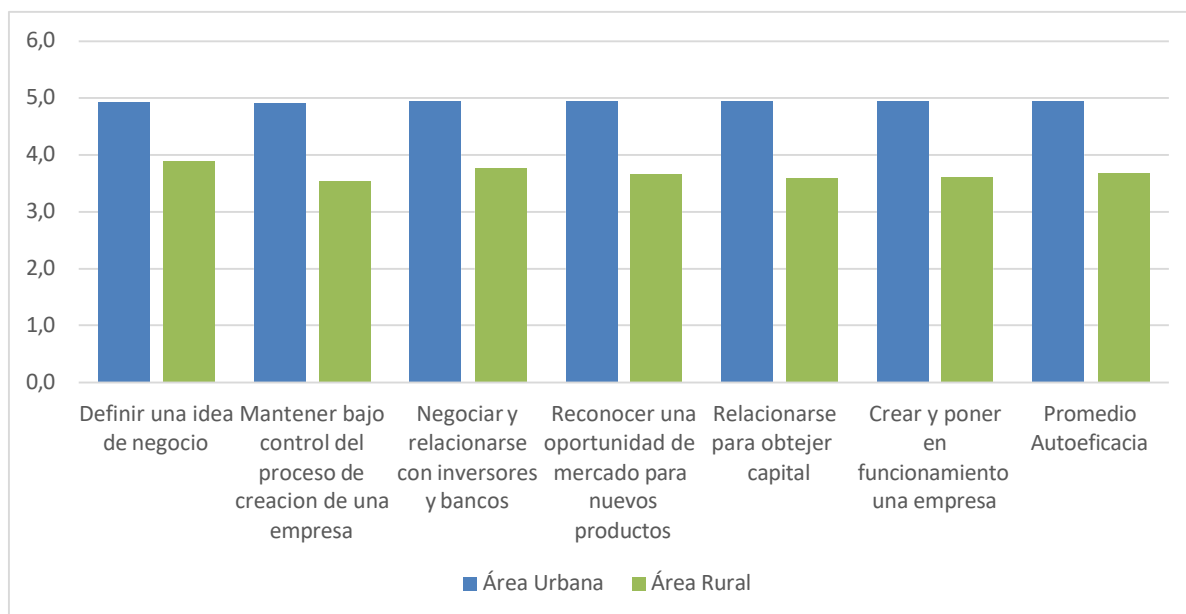
Tabla 8. Autoeficacia emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba.

Área	Zona	Totalmente ineficaz	Muy ineficaz	Poco ineficaz	Moderadamente eficaz	Probablemente eficaz	Muy eficaz	Totalmente eficaz
¿Podría definir una idea de negocio y estrategia de una nueva empresa?	Urbano	0,42%	2,10%	12,18%	17,65%	39,08%	13,45%	15,13%
	Rural	1,69%	5,08%	24,58%	47,46%	15,25%	3,39%	2,54%
¿Podría mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa?	Urbano	0,84%	1,68%	10,92%	20,17%	36,97%	17,65%	11,76%
	Rural	0,85%	11,02%	41,53%	33,05%	8,47%	2,54%	2,54%
¿Podría negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos?	Urbano	0,42%	1,68%	10,50%	21,01%	34,45%	16,39%	14,71%
	Rural	2,54%	5,93%	30,51%	42,37%	11,86%	5,08%	1,69%
¿Podría reconocer una oportunidad en el mercado para nuevos productos y/o servicios?	Urbano	0,42%	1,68%	10,92%	21,85%	33,19%	17,65%	14,29%
	Rural	1,69%	10,17%	37,29%	29,66%	15,25%	4,24%	1,69%
¿Podría relacionarse con personas clave para obtener capital para crear una empresa?	Urbano	0,42%	1,68%	10,50%	21,85%	33,61%	17,65%	13,87%
	Rural	3,39%	7,78%	40,68%	32,20%	11,86%	3,39%	1,69%
¿Podría crear y poner en funcionamiento una nueva empresa?	Urbano	0,84%	1,68%	10,92%	21,85%	32,35%	15,55%	16,39%
	Rural	2,54%	3,92%	34,75%	38,14%	10,17%	3,39%	1,69%

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas aplicadas a las mujeres del área urbana y rural en abril del 2024.

Se presenta el gráfico elaborado para la variable Autoeficacia emprendedora en donde se presenta la comparación del área urbana y rural.

Ilustración 4. Autoeficacia emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba.



Nota: De acuerdo con el instrumento CIE, la variable autoeficacia emprendedora en donde se califica de la siguiente manera: 1: Totalmente ineficaz, 2: Muy ineficaz, 3: Poco ineficaz, 4: Moderadamente eficaz, 5: Probablemente eficaz, 6: Muy eficaz, 7: Totalmente eficaz.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

La dimensión autoeficacia emprendedora, está compuesta por 6 categorías, la primera “definir una idea de negocio”, las mujeres del área urbana tienen una puntuación de 4,9 “Moderadamente eficaz”, lo que indica que se sienten medianamente eficaces en esta habilidad. En contraste, las mujeres del Área Rural tienen una puntuación de 3,7 “Poco ineficaz”, mostrando una autoeficacia baja.

Con respecto a la segunda categoría “mantener el control durante la creación de una empresa”, las mujeres del área urbana reportan una puntuación de 4,9 , sugiriendo una “moderadamente eficaz” confianza en su capacidad para gestionar este proceso. Por otro lado, las mujeres del área rural tienen una puntuación de 3,6, lo que indica un poco autoeficacia.

Por otro lado, en la tercera categoría “capacidad de negociar y relacionarse con inversores y bancos”, las mujeres del área urbana tienen una puntuación a 4,9, indicando que se sienten moderadamente eficaces en estas interacciones. En el área rural, la puntuación es de 3,8, “poco ineficaz”, mostrando una autoeficacia menor hacia esta variable.

Respecto a la cuarta categoría “reconocer oportunidades de mercado”, las mujeres del área urbana reportan una puntuación de 5,0, lo que indica que la tendencia es a “probablemente eficaz” mostrando una capacidad para identificar oportunidades. Las mujeres del área rural tienen una puntuación de 3.7, lo que sugiere que es “poco eficaz”, la habilidad en esta área.

En lo referente a la quinta y sexta categoría, “relacionarse para obtener capital es vital para el financiamiento de nuevos emprendimientos” y “crear y poner en funcionamiento una empresa”, las mujeres del área urbana tienen una puntuación de 4,9, lo que muestra una moderada eficacia en esta habilidad. En contraste, las mujeres del área rural tienen una puntuación de alrededor de 3.6, indicando un poco autoeficacia.

Dentro del promedio para la variable autoeficacia emprendedora, dimensiones evaluadas, las mujeres del área urbana 4,9 con un promedio del cantón Riobamba muestran una autoeficacia emprendedora significativamente mayor en comparación con las mujeres del área rural 3,7, mostrando una tendencia “poco eficaz”. Esta diferencia destaca la necesidad de políticas y programas que fortalezcan las capacidades emprendedoras en las zonas rurales, como la mejora del acceso a educación y formación empresarial, el desarrollo de redes de apoyo y la creación de oportunidades de financiamiento.

Intención emprendedora: Intencionalidad de un sujeto o un estado mental que dirige al individuo a la intención de emprender.

Tabla 9. *Intención emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba.*

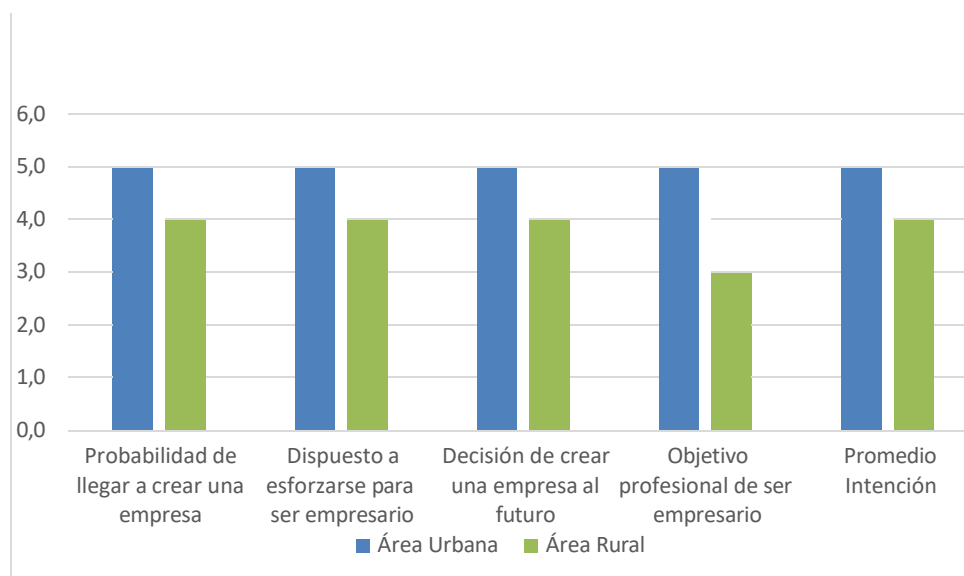
		Totalmente improbable	Muy improbable	Poco Probable	Moderadamente probable	Probable	Muy probable	Totalmente probable
¿Cuál es la probabilidad de llegar a crear una empresa algún día?	Urbano	0,84%	2,10%	15,97%	17,65%	28,57%	17,65%	17,23%
	Rural	5,93%	11,86%	28,81%	34,75%	11,02%	5,08%	2,54%

¿Está dispuesto a esforzarse lo que sea necesario para ser empresario?	Urbano	0,42%	4,20%	13,45%	17,23%	30,67%	18,49%	15,55%
	Rural	5,08%	16,95%	38,14%	23,73%	6,78%	6,78%	2,54%
¿Tendría la decisión de crear una empresa en el futuro?	Urbano	0,42%	3,78%	15,55%	17,23%	26,89%	19,75%	16,39%
	Rural	7,63%	19,49%	35,59%	22,88%	8,47%	3,39%	2,54%
¿Tiene como objetivo profesional ser empresario?	Urbano	0,84%	3,36%	15,13%	18,49%	28,99%	17,23%	15,97%
	Rural	16,10%	26,27%	27,12%	16,10%	6,78%	5,08%	2,54%

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas aplicadas a las mujeres del área urbana y rural en abril del 2024.

A continuación, se presenta el gráfico elaborado para la variable intención emprendedora en donde se presenta la comparación del área urbana y rural.

Ilustración 5. Intención emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba



Nota: De acuerdo con el instrumento CIE, la variable Intención Emprendedora, se califica de la siguiente manera: 1: Totalmente improbable, 2: Muy improbable, 3: Poco Probable, 4: Moderadamente probable, 5: Probable, 6: Muy probable, 7: Totalmente probable.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

En lo referente a la dimensión de intención emprendedora, se encuentra compuesta por cuatro categorías, la primera “en cuanto a la probabilidad de llegar a crear una empresa”, las mujeres en el área urbana tienen una calificación de 4.9, mientras que las mujeres en el área rural tienen una calificación de 3.6. Esto indica que las mujeres en el área urbana perciben una moderada probabilidad de crear una empresa en comparación con su contraparte en el Área Rural que muestra una intención “poco probable”.

En la segunda categoría de “disposición a esforzarse para ser empresaria”, las mujeres urbanas también muestran una mayor calificación, con un valor de 4.9, en comparación con las mujeres rurales, que tienen una calificación de de 3.4. Esto sugiere que las mujeres en áreas urbanas están más dispuestas a realizar esfuerzos significativos para convertirse en empresarias.

En términos de “la decisión de crear una empresa en el futuro”, las mujeres en áreas urbanas alcanzan una calificación de 4.9, este dato refuerza la idea de que las mujeres en el área urbana tienen una intención más fuerte de emprender mientras que las mujeres en el área rural tienen una cifra de 3.3 lo que muestra una poca probabilidad.

Al considerar la cuarta categoría “el objetivo profesional de ser empresaria”, las mujeres en el área urbana presentan una calificación de 4.9, frente a las mujeres del medio rural, quienes tienen una cifra de 3.0. Esto indica que ser empresaria es un objetivo profesional más comúnmente valorado entre las mujeres de áreas urbanas.

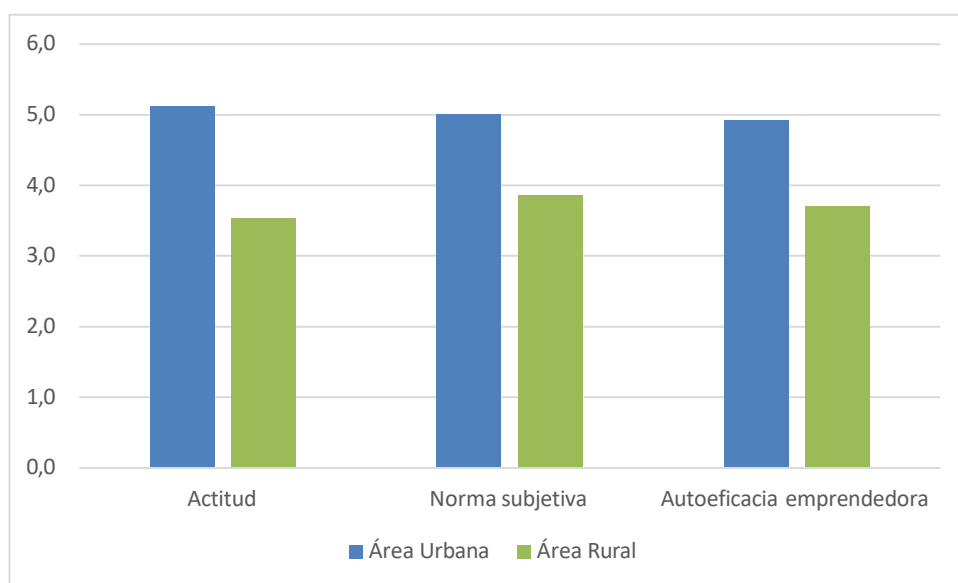
El promedio de intención emprendedora muestra que las mujeres en el área urbana tienen una calificación promedio de 4.9 “moderadamente probable”, mientras que las mujeres en el área rural tienen una calificación promedio de 3.3 “poco probable”. Este

resultado general refleja una mayor intención emprendedora dentro de la zona urbana comparada con la zona rural. Dentro de todas las categorías evaluadas, las mujeres del área urbana del Cantón Riobamba muestran una intención emprendedora significativamente mayor que las mujeres del área rural. Esto se debe a diversos factores socioeconómicos y culturales que influyen en las percepciones y aspiraciones emprendedoras de las mujeres en estas diferentes áreas.

Por último, se presenta un resumen en general en donde se puede analizar las tres variables y la comparación entre ellas.

A continuación, se presenta el gráfico elaborado para las variables de la encuesta, en donde se presenta la comparación del área urbana y rural.

Ilustración 6. Variables de la encuesta del cuestionario CIE



Nota: De acuerdo con el instrumento CIE, la variable Intención Emprendedora, se califica de la siguiente manera: 1: Totalmente improbable, 2: Muy improbable, 3: Poco Probable, 4: Moderadamente probable, 5: Probable, 6: Muy probable, 7: Totalmente probable.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

En el área urbana, el mejor promedio es para la variable "Actitud" con un 5,1, lo que indica una percepción positiva hacia la actitud emprendedora en esta área. El más bajo promedio en el área urbana es para la variable "Autoeficacia emprendedora" con un 4,9.

En el área rural, el mejor promedio es para la variable "Norma subjetiva" con un 3,9, lo que indica una percepción social más favorable hacia el emprendimiento en esta área. El más bajo promedio en el área rural es para la variable "Actitud" con un 3,5, sugiriendo una menor percepción positiva hacia la actitud emprendedora en comparación con las otras variables evaluadas.

En general, las áreas urbanas tienen promedios más altos en todas las variables en comparación con las áreas rurales. El mejor promedio general es para "Actitud" en el área urbana (5,1), y el peor promedio general es también para "Actitud" en el área rural (3,5). Esto sugiere que las percepciones hacia la actitud emprendedora son más positivas en zonas rurales y urbanas.

4.1.2 Modelo Econométrico

a) Modelo Logit Ordinal-Probit Ordinal Área Urbana

Tabla 10. Modelo Logit Ordinal y Probit Ordinal Área Urbana

Área urbana						
Variable	Modelo Logit ordinal			Modelo Probit ordinal		
	Coef.	Std. Err.	P> z	Coef.	Std. Err.	P> z
Hijos	-0,1584489	0,1102615	0.151	-0,1193864	0,0602458	0.048
Edad	-0,2095465	0,1484288	0.158	-0,1234691	0,0802424	0.124
Nivel de Educación	-0,1817434	0,2552524	0.476	-0,1568068	0,138323	0.257
Actitud	0,2479332	0,1606568	0.123	0,1992647	0,0840901	0.018
Norma Subjetiva	0,5940312	0,2028591	0.003	0,3494711	0,1037447	0.001
Autoeficacia	2,778419	0,2755519	0.000	1,333759	0,1257189	0.000
Emprendedora						
Log likelihood	-197,96592			-208,57766		
LR chi2 > chi2	411.31			390.08		
Prob > chi2	0.0000			0.0000		

Pseudo R2	0.5095	0.4832
------------------	--------	--------

Fuente: Elaboración propia con la base de datos en STATA con resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

Indicadores

Al analizar los indicadores, primero se encuentra el Log likelihood, este indicador muestra la log-verosimilitud del modelo, una medida de cuán bien el modelo se ajusta a los datos. Un valor de log likelihood más alto, menos negativo indica un mejor ajuste. En el modelo logit ordinal, el valor de log likelihood es -197.96592, mientras que en el modelo probit ordinal es -208.57766. El modelo logit tiene un log likelihood más alto (menos negativo), lo que se ajusta ligeramente mejor a los datos en comparación con el modelo probit en el área urbana.

LR $\chi^2 > \chi^2$, este estadístico compara el modelo con uno sin variables explicativas (modelo nulo) para verificar si las variables independientes agregan valor en la predicción de la variable dependiente. El modelo logit ordinal tiene un valor de 411.31 y el probit ordinal tiene 390.08. El valor de LR χ^2 es mayor en el modelo logit ordinal, lo que indica que este modelo tiene mayor poder explicativo en comparación con el probit ordinal.

Prob $> \chi^2$, este es el valor p asociado al test de LR χ^2 . Si este valor es más bajo que 0.05, se procede a rechazar la hipótesis nula de que los coeficientes de las variables independientes sean todos cero, es decir, que las variables explicativas no tienen un efecto significativo en el modelo. Tanto en el modelo logit ordinal como en el probit ordinal, la Prob $> \chi^2$ es 0.0000, lo que indica que ambos modelos son estadísticamente significativos y las variables explicativas en conjunto contribuyen al pronóstico de la variable dependiente.

Pseudo R², el Pseudo R² es una medida de bondad de ajuste que indica qué proporción de la variabilidad en la variable dependiente es explicada por el modelo. Aunque no es directamente comparable al R² de la regresión lineal, valores más altos indican mejor ajuste.

En el modelo logit ordinal, el Pseudo R² es 0.5095, mientras que en el probit ordinal es 0.4832, el modelo logit ordinal tiene un mayor Pseudo R², lo cual sugiere que explica mejor la variabilidad de la variable dependiente en el área urbana.

Variables

Hijos: dentro del modelo Logit ordinal, el coeficiente = -0.1584, p-valor = 0.151y para el Probit ordinal, el coeficiente = -0.1194, p-valor = 0.048, esto nos muestra que en el modelo probit, el número de hijos tiene un efecto negativo y significativo ($p < 0.05$) sobre la variable dependiente, lo que sugiere que tener más hijos reduce la probabilidad de que se produzca el evento en la variable dependiente. Sin embargo, en el modelo logit, esta variable no es significativa ($p > 0.05$), por lo que el efecto no es concluyente en este modelo.

Edad: en el modelo Logit ordinal, el coeficiente = -0.2095, p-valor = 0.158 y en el modelo Probit ordinal, el coeficiente = -0.1235, p-valor = 0.124, esto indica que, en ambos modelos, la edad tiene un coeficiente negativo, lo que indica que a mayor edad, disminuye la probabilidad de la variable dependiente. Sin embargo, en ambos casos el efecto no es estadísticamente significativo ($p > 0.05$), lo que sugiere que la edad no es un factor importante en este contexto.

Nivel de Educación: en el modelo Logit ordinal, el coeficiente = -0.1817, p-valor = 0.476, y en el modelo Probit ordinal: Coeficiente = -0.1568, p-valor = 0.257, esto señala que la educación tiene un coeficiente negativo en ambos modelos, lo que implica mientras mayor

sea este nivel, menor es la probabilidad de ocurrencia del evento de interés. Sin embargo, en ambos modelos, este efecto no es estadísticamente significativo ($p > 0.05$).

Actitud: en el modelo Logit ordinal, el coeficiente = 0.2479, p-valor = 0.123, mientras que en el Probit ordinal, el coeficiente = 0.1993, p-valor = 0.018, esto se interpreta que en el modelo probit, la actitud tiene un coeficiente positivo y significativo ($p < 0.05$), lo que indica que una actitud más positiva incrementa la probabilidad del evento dependiente. En el modelo logit, aunque el coeficiente también es positivo, no es estadísticamente significativo ($p > 0.05$).

Norma Subjetiva: para el modelo Logit ordinal, el coeficiente = 0.5940, p-valor = 0.003, para el modelo Probit ordinal: Coeficiente = 0.3495, p-valor = 0.001, en ambos modelos, la norma subjetiva tiene un coeficiente positivo y significativo ($p < 0.01$), lo que indica que una mayor norma subjetiva incrementa la probabilidad de la variable dependiente. Este es uno de los factores más significativos en ambos modelos.

Autoeficacia: en el modelo Logit ordinal, el coeficiente = 2.7784, p-valor = 0.000 y el modelo Probit ordinal, el coeficiente = 1.3338, p-valor = 0.000, la autoeficacia tiene un efecto positivo y altamente significativo ($p < 0.01$) en ambos modelos, con coeficientes bastante altos. Esto indica que una mayor autoeficacia que aumenta considerablemente la probabilidad de ocurrencia del evento en la variable dependiente. Esta variable es la que tiene el mayor impacto entre todas.

b) Modelo Logit Ordinal -Probit Ordinal Área Rural

Tabla 11. Modelo Logit Ordinal y Probit Ordinal Área Rural

Área Rural		
Variable	Modelo Logit Ordinal	Modelo Probit Ordinal

	Coef.	Std. Err.	P> z	Coef.	Std. Err.	P> z
Hijos	0,3611768	0,17528	0.039	0,214069	0,0998997	0.032
Edad	-0,4756816	0,1918581	0.013	-0,2883933	0,1092819	0.008
Nivel de Educación	-0,0868883	0,2146657	0.686	-0,0178816	0,1203881	0.882
Actitud	-0,2685321	0,1986921	0.177	-0,1957823	0,1055663	0.064
Norma Subjetiva	0,5914787	0,2395079	0.014	0,3834603	0,1337319	0.004
Autoeficacia Emprendedora	1,992763	0,2969905	0.000	1,081161	0,1552392	0.000
Lo likelihood		-127,87881			-127,23714	
LR chi2 > chi2		121.44			122.72	
Prob > chi2		0.0000			0.0000	
Pseudo R2		0.3220			0.3254	

Fuente: Elaboración propia con la base de datos en STATA con resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

Indicadores

El indicador Log likelihood, nos muestra un modelo Logit ordinal: -127.87881 y Probit ordinal: -127.23714, siendo así que el modelo probit ordinal tiene un Log likelihood ligeramente mejor que el logit ordinal.

Para LR chi2 > chi2, el modelo Logit ordinal: 121.44 y Probit ordinal: 122.72, estas cifras reflejan que ambos valores son relativamente altos y muy similares, lo que indica que ambos modelos explican bien la variación en los datos.

El indicador Prob > chi2, para ambos modelos, Prob > chi2 = 0.0000, este p-valor indica que ambos modelos son estadísticamente significativos en su conjunto ($p < 0.01$), lo que significa que al menos una de las variables independientes es útil para exponer la variable dependiente.

Por último, el Pseudo R2, para el modelo Logit ordinal: 0.3220, pero para Probit ordinal: 0.3254, en este caso, el modelo probit tiene un Pseudo R2 ligeramente superior, lo cual refuerza que es un ajuste un poco mejor.

Variables

Hijos: Para el modelo Logit ordinal, el coeficiente = 0.3612, p-valor = 0.039, para el modelo Probit ordinal, el coeficiente = 0.2141, p-valor = 0.032, esto nos refleja que, en ambos modelos, la variable "Hijos" tiene un coeficiente positivo y es estadísticamente significativa ($p < 0.05$), lo que demuestra que tener más hijos aumenta la probabilidad de intención de emprender.

Edad: El modelo Logit ordinal, tiene un coeficiente = -0.4757, p-valor = 0.013, por el contrario, el Probit ordinal, con un coeficiente = -0.2884, p-valor = 0.008, en ambos modelos, la edad tiene un coeficiente negativo y es estadísticamente significativa ($p < 0.05$), lo que indica que, a mayor edad, disminuye la probabilidad de intención a emprender.

Nivel de Educación: El modelo Logit ordinal, con un coeficiente = -0.0869, p-valor = 0.686 y Probit ordinal, el coeficiente = -0.0179, p-valor = 0.882, esto nos indica que, en ambos modelos, el nivel de educación tiene un coeficiente negativo, lo que indica una relación negativa con la variable dependiente. Sin embargo, esta variable no es estadísticamente significativa en ninguno de los modelos ($p > 0.05$), por lo que no tiene un impacto concluyente.

Actitud: El modelo Logit ordinal, con un coeficiente = -0.2685, p-valor = 0.177 y Probit ordinal, el coeficiente = -0.1958, p-valor = 0.064, refleja que la variable actitud tiene un coeficiente negativo en ambos modelos, lo que implica que una actitud más baja podría reducir la probabilidad de emprender. Sin embargo, en el modelo logit no es significativa (p

> 0.05), mientras que en el modelo probit está cerca de la significancia ($p \approx 0.064$), por lo que su influencia es débil.

Norma Subjetiva: para el modelo Logit ordinal, el coeficiente = 0.5915, p-valor = 0.014 y para Probit ordinal, el coeficiente = 0.3835, p-valor = 0.004, en ambos modelos, la norma subjetiva tiene un coeficiente positivo y es estadísticamente significativa ($p < 0.05$), lo que demuestra que una mayor norma subjetiva incrementa la probabilidad de emprender. Este es uno de los factores importantes en ambos modelos.

Autoeficacia: Para el modelo Logit ordinal, el coeficiente = 1.9928, p-valor = 0.000, para Probit ordinal, el coeficiente = 1.0812, p-valor = 0.000, esto indica que la autoeficacia tiene un efecto positivo y altamente significativo en ambos modelos ($p < 0.01$), lo que indica que una mayor autoeficacia aumenta considerablemente la probabilidad de intención de emprendimiento femenino, como variable dependiente. Esta variable tiene el mayor impacto en ambos modelos, con los coeficientes más altos.

4.1.3 Comparación de las variables entre el Área Urbana y el Área

Rural

a) Coeficientes Área Urbana y Rural

Tabla 12. Coeficiente Logit y Probit Ordinal del Área Urbana y Rural del Cantón Riobamba.

Variable	Área Urbana				Área Rural			
	P-valor (Logit)	Significativo (Logit)	P-valor (Probit)	Significativo (Probit)	P-valor (Logit)	Significativo (Logit)	P-valor (Probit)	Significativo (Probit)
Hijos	0,151	No	0,048	Sí	0,039	Sí	0,032	Sí
Edad	0,158	No	0,124	No	0,013	Sí	0,008	Sí
Nivel de Educación	0,476	No	0,257	No	0,686	No	0,882	No
Actitud	0,123	No	0,018	Sí	0,177	No	0,064	No

Norma Subjetiva	0,003	Sí	0,001	Sí	0,014	Sí	0,004	Sí
Autoeficacia Emprendedora	0,000	Sí	0,000	Sí	0,000	Sí	0,000	Sí

Fuente: Elaboración propia con la base de datos en STATA con resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

Área Urbana

Las variables significativas en ambos modelos Logit y Probit Ordinal son: Norma Subjetiva y Autoeficacia Emprendedora con un p-valor de ($p < 0.001$). Esto indica que estas dos variables tienen un impacto significativo en la variable dependiente, independientemente del modelo utilizado.

Para el modelo Logit Ordinal, la norma subjetiva es significativa con ($p < 0.001$) y la autoeficacia emprendedora con ($p < 0.001$), son factores clave que influyen en la variable dependiente en el contexto urbano. Mientras que para el modelo Probit Ordinal, los hijos ($p < 0,048$), la actitud ($p < 0,018$), la norma subjetiva ($p < 0,001$) y la autoeficacia emprendedora ($p < 0,000$), se encontraron resultados significativos, lo que sugiere que, conforme aumenta el valor de cada variable independiente, la probabilidad de que la intención adquiriera un valor más alto también crece. La edad y el nivel de educación no están significativamente relacionados con la intención de emprendimiento para la zona urbana.

Área Rural

Las variables significativas en ambos modelos: Hijos, Edad, Norma Subjetiva y Autoeficacia Emprendedora, indican que estas variables tienen un impacto consistente y significativo en la variable dependiente. Para el modelo Logit Ordinal los resultados de las variables significantes son; hijos ($p < 0,039$), la edad ($p < 0,013$), norma subjetiva ($p < 0,014$), y la autoeficacia emprendedora ($p < 0,000$).

En el modelo Probit Ordinal, las variables significativas son; hijos ($p < 0,032$), la edad ($p < 0,008$), norma subjetiva ($p < 0,004$), y la autoeficacia emprendedora ($p < 0,000$). Variables no significativas que no tienen relación con la variable dependiente que es la intención, son el nivel de educación y la actitud, las cuales no muestran un efecto significativo en ninguno de los modelos.

Al comparar los resultados del área rural con los del área urbana, podemos observar algunas similitudes y diferencias, en ambos casos, la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora son factores clave influyentes en la variable dependiente.

Por el contrario, dentro de las diferencias, el efecto de los hijos es positivo y significativo en la zona rural, por otro lado, en la zona urbana es negativo, pero no significativo en el modelo Logit.

En resumen, mientras que la norma subjetiva y la autoeficacia son predictores fuertes y significativos de la intención emprendedora tanto en áreas urbanas como rurales, hay diferencias notables en otros factores. En el área urbana, tener hijos reduce la intención emprendedora (modelo Probit Ordinal), y la actitud positiva también es significativa. En el área rural, tener hijos aumenta la intención emprendedora, y la edad reduce la intención emprendedora. Además, el ajuste general de los modelos es mejor en la zona urbana con respecto a la zona rural.

Modelo Logit Ordinal y Probit Ordinal

Tabla 13. *Modelo Logit Ordinal y Probit Ordinal en Áreas del Cantón Riobamba*

Modelo	Área Urbana		Área Rural	
	Logit Ordinal	Probit Ordinal	Logit Ordinal	Probit Ordinal
Pseudo R ²	0.5095	0.4832	0.3220	0.3254
LR chi2	411.31	390.08	121.44	122.72

Fuente: Elaboración propia con la base de datos en STATA con resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

Para el Área Urbana Pseudo R² modelo logit ordinal tiene un Pseudo R² de 0.5095, mientras que el probit ordinal tiene un Pseudo R² de 0.4832, esto indica que el logit ordinal explica aproximadamente el 51% de la variabilidad en el resultado dependiente, mientras que el probit ordinal explica alrededor del 48.3%. Por lo tanto, el modelo logit ordinal ofrece una mejor capacidad explicativa en el área urbana.

El LR chi², dentro del logit ordinal presenta un valor de 411.31 en el LR chi², mientras que el probit ordinal muestra un valor de 390.08, dado que el valor del LR chi² es más alto en el modelo logit ordinal, este tiene un mejor ajuste a los datos en el área urbana.

Por lo tanto, en el Área Urbana: El modelo logit ordinal es el mejor en el área urbana, ya que tiene tanto un Pseudo R² como un LR chi² más altos, lo que indica una mejor capacidad explicativa y ajuste del modelo en esta área.

Por otro lado, en el Área Rural, el Pseudo R² el probit ordinal tiene un Pseudo R² de 0.3254, mientras que el logit ordinal tiene un Pseudo R² de 0.3220, esta diferencia es mínima, sin embargo, el probit ordinal explica un poco más de la variabilidad del resultado dependiente.

El LR chi², el probit ordinal tiene un valor de 122.72, apenas superior al 121.44 del logit ordinal, aunque la diferencia es pequeña, este indicador favorece también al modelo probit ordinal en el área rural. Esto indica que el modelo probit ordinal es ligeramente superior en el área rural, dado su Pseudo R² y LR chi² marginalmente más altos.

Se elige el modelo logit ordinal para esta investigación debido a que su ajuste notablemente superior en el área urbana, y un rendimiento apenas inferior en el área rural,

con un mayor Pseudo R² y LR chi², lo que sugiere que es más adecuado para capturar los factores, esto facilita un análisis más coherente y uniforme.

4.1.4 Efectos Marginales

Los efectos marginales nos indican cómo cambia, en promedio, la probabilidad de emprender cuando una variable independiente aumenta en una unidad, manteniendo constantes el resto de las variables. En este caso, nos permiten entender qué factores influyen más en la decisión de emprender en el área rural y urbana de Riobamba.

Se analiza a continuación los efectos marginales dentro del área urbana como rural.

Tabla 14. Efectos marginales Área Urbana y Rural del Cantón Riobamba.

Variables	Área Urbana		Área Rural	
	Coficiente	Error estándar	Coficiente	Error estándar
Edad	-0,0215323	0,0192562	-0,0896303	0,0318116
Nivel de educación	-0,1630189	0,1896619	-0,0779487	0,0732768
Hijos	-0,0191996	0,0144618	0,0269501	0,0350513
Actitud retos	0,0115278	0,035237	-0,0150873	0,0605013
Actitud empleo	0,0071493	0,0435228	0,009127	0,0512155
Actitud innovación	0,0380317	0,0569075	0,1240188	0,069647
Actitud ingresos	-0,0732731	0,0646784	-0,0495214	0,0442571
Actitud riesgos	0,0570526	0,0541511	-0,0938686	0,0557356
Norma Subjetiva familiares	0,0503919	0,0408083	-0,0816911	0,0739694
Norma Subjetiva amigos	-0,0889184	0,064331	0,1212827	0,0532367
Norma Subjetiva colegas	0,119639	0,0673831	0,0694801	0,0696795
Autoeficacia negocio	-0,1197719	0,0530841	0,0707167	0,0894014
Autoeficacia control	0,0016404	0,0629494	0,1362212	0,0601915
Autoeficacia relaciones	0,0263382	0,0638759	-0,1267613	0,0826391
Autoeficacia reconocer	0,0288906	0,0732672	0,1011404	0,0610065
Autoeficacia capital	0,2820865	0,1005021	0,0402616	0,0637917
Autoeficacia crear	-0,0539277	0,0746195	0,0428555	0,0568049

Fuente: Elaboración propia con la base de datos en STATA con resultados de las encuestas aplicadas en abril del 2024.

Para la variable Edad, se observa un efecto marginal negativo dentro del área urbana (-0.0215) como en el área rural (-0.0896). Esto indica que, con el incremento de la edad, disminuye la probabilidad de intención a emprender. Sin embargo, el impacto de la edad es más pronunciado en el área rural, lo cual sugiere que en este contexto tener mayor edad puede tener un efecto más desfavorable en las decisiones o actitudes a emprender.

El nivel de educación ejerce un impacto negativo para las dos áreas., aunque es más marcado en la zona urbana (-0.1630) en comparación con la zona rural (-0.0779). Este resultado implica que, a mayor nivel de educación, existe una menor propensión al resultado en el área urbana, lo que refleja diferencias en las oportunidades o enfoques que tienen las personas más educadas en entornos urbanos. En áreas rurales, aunque también es negativo, el efecto es menor, debido a que el nivel educativo es menos variado y tiene un impacto menos diferenciado.

La variable Hijos muestra un efecto marginal negativo en el área urbana (-0.0192), pero positivo en el área rural (0.0351). Esto indica que, en áreas rurales, tener hijos incrementa la probabilidad de intención de emprendimiento, en cambio, en áreas urbanas, tener más hijos podría reducir la probabilidad de intención a emprender.

Con relación a la Actitud, el efecto es positivo en ambas áreas, pero más fuerte en el área rural (0.1240) en comparación con el área urbana (0.0380). Este resultado indica que, en áreas rurales, tener una actitud favorable hacia la innovación incrementa significativamente la probabilidad de intención a emprender. En el área urbana, aunque también es positivo, su efecto es menos marcado, lo que nos indica que existen más alternativas o menos barreras que incentiven la necesidad de innovar.

Para la Norma Subjetiva, la cifra más sobresaliente es “norma subjetiva amigos” tiene un efecto es negativo en el área urbana (-0.0889) pero positivo en el área rural (0.1218). Esto se interpreta que, en el área rural, las normas o influencias sociales ejercidas por los amigos incrementan la probabilidad de intención de emprendimiento, reflejando un contexto donde las redes sociales y la influencia grupal tienen mayor peso. En áreas urbanas, en cambio, estas normas de los amigos pueden tener un efecto desincentivador, posiblemente debido a la mayor diversidad de opiniones y menor cohesión en redes de amistad.

Finalmente, en Autoeficacia se destaca la “autoeficacia negocio”, en donde se observa un efecto negativo en el área urbana (-0.1198) y positivo en el área rural (0.0707). Este resultado indica que, en el área urbana, una mayor autoeficacia en temas empresariales reduce la probabilidad de intención a emprender, lo que refleja una competencia más alta o una percepción de mayores obstáculos en el entorno urbano. En áreas rurales, la autoeficacia empresarial incrementa la probabilidad del resultado, lo cual podría estar relacionado con un entorno donde las personas con alta confianza en sus habilidades ven más oportunidades de aplicar sus capacidades.

En conclusión, este análisis de los efectos marginales revela diferencias significativas entre áreas urbanas y rurales, con ciertas variables como la edad, el nivel de educación y la autoeficacia mostrando impactos diferenciados en cada contexto.

4.2 Discusión

La investigación realizada es un gran tema de interés ya que se permite un análisis de la intención emprendedora dentro del medio urbano y rural del Cantón Riobamba, en donde se ha demostrado aquellas disparidades existentes dentro de ambas áreas, siendo el área rural la que tiene una intención menor a emprender.

Según las hipótesis formuladas, los tres elementos de la TAP (actitud, norma subjetiva y autoeficacia) muestran la tendencia positiva y significancia solo el componente

de norma subjetiva y autoeficacia emprendedora para ambas áreas, mientras que la actitud fue una variable no significativa. En contraparte, en el estudio realizado por Laguía (2017), con el mismo cuestionario CIE, se evidenció que todas las variables de estudio (actitud, norma subjetiva y autoeficacia) mostraron una actitud positiva y significativa con la intención de emprender. En cambio, las variables de control no mostraron relaciones de significancia con dicha intención., que contrario a nuestro modelo, el Logit Ordinal en el área rural, mostró una significancia dentro de las variables de control como hijos y edad.

Por otra parte, la variable actitud, conformada por la “fuerza de cada creencia combinada de forma multiplicativa con su valor subjetivo”, mostró un efecto no significativo en ambas áreas, pero en contraste con la investigación de Chowdhury, S. (2019) en el artículo “Financing female entrepreneurs in cottage, micro, small, and medium enterprises”, llegó a la determinación que el espíritu emprendedor femenino es una importante fuente de empleo en Bangladesh, lo cual fue una variable significativa para ese estudio.

En el marco de esta investigación, se encontró que la educación no tiene un impacto significativo En la aptitud de las mujeres para el emprendimiento. Esto contrasta con estudios previos, como los realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo (2020) y Yuqui (2023), los cuales indican que las mujeres con estudios universitarios tienen una mayor propensión a emprender en comparación con aquellas que solo tienen educación secundaria o inferior.

Para áreas urbanas, dentro de los resultados en cuanto a la intención de las mujeres al asumir nuevos riesgos se mostró una probabilidad de 5,1, lo que demuestra una intención a asumir nuevos riesgos, por el contrario, para el área rural muestra una intención poco probable al emprendimiento, Esto concuerda con lo planteado en el artículo "Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia", donde se evidencia un temor

a asumir nuevos riesgos en las áreas rurales de Colombia, este hallazgo está respaldado por las investigaciones de Brush (1992), quien afirma que las mujeres tienden a concebir sus negocios como redes colaborativas, en las cuales incorporan, de forma ineludible, sus conexiones familiares, sociales y personales.

En esta investigación se demostró que los hijos no es una variable significativa al momento de emprender en áreas urbanas y rurales, por el contrario, González & Vargas (2017), afirma que los resultados de la investigación realizada en Boyacá Colombia, demuestra que algunas mujeres reciben apoyo cuando poseen hijos que son menores de edad, mientras que las mujeres que no tienen hijos no son consideradas en los programas gubernamentales.

La intención emprendedora en áreas urbanas y rurales presenta variables significativas como la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora, siendo consistentes con otros estudios que resaltan el apoyo social y la autoconfianza como factores clave para emprender. En línea con Bandura (1997) y Ajzen (1991), estos resultados muestran que el apoyo del entorno social y la confianza en las habilidades propias son esenciales para el impulso emprendedor, especialmente en contextos con recursos limitados donde también observan diferencias importantes en las áreas rurales y urbanas. Por ejemplo, Welter (2020) identifica que las mujeres en áreas rurales enfrentan barreras adicionales, como el acceso limitado a financiamiento y redes de apoyo. Este estudio corrobora esas barreras al demostrar que la intención emprendedora en áreas rurales es influenciada negativamente por la edad y positivamente por la tenencia de hijos, lo que indica un enfoque en emprendimientos orientados a estabilidad familiar.

Se tiene como resultado que las normas culturales y sociales restrictivas son más prevalentes en áreas rurales, limitando las oportunidades de emprendimiento para las

mujeres. Para estudios como el de Layorte (2023), señalan que, en áreas rurales, las expectativas tradicionales de género impiden a las mujeres dedicarse plenamente al emprendimiento, obligándolas a priorizar roles domésticos.

La influencia de la familia y las expectativas de género afectan de manera diferente a las mujeres emprendedoras en áreas urbanas y rurales, siendo más restrictivas en contextos rurales. Un estudio de la OIT (2021), muestra que las expectativas de género tradicionales son más prevalentes en áreas rurales, limitando las oportunidades de emprendimiento para las mujeres.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Se logró identificar que la intención de emprendimiento femenino en el Cantón Riobamba varía notablemente entre las áreas urbanas y rurales. Las mujeres en áreas urbanas presentan una mayor intención de emprender, impulsada por el acceso a recursos, redes de apoyo y una mayor percepción de autoeficacia, mientras que las mujeres en áreas rurales enfrentan barreras significativas, como la escasez de infraestructura, menor acceso a financiamiento y normas culturales restrictivas.

El estudio revela que el emprendimiento femenino en áreas urbanas se orienta hacia sectores más diversos y cuenta con una infraestructura más desarrollada. En contraste, en áreas rurales, los emprendimientos suelen concentrarse en actividades relacionadas con la agricultura y servicios básicos, donde la motivación principal es la estabilidad económica familiar y la generación de ingresos complementarios.

La norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora son factores críticos en ambas áreas. Sin embargo, la percepción de apoyo social y el nivel de educación son más significativos en áreas urbanas, mientras que en zonas rurales factores como la edad y la cantidad de hijos influyen más fuertemente en la intención de emprender.

La investigación ha permitido conocer diferencias significativas en la intención de emprendimiento entre mujeres tanto de la zona urbana como rural en el Cantón Riobamba. En el área urbana, el 57.6% de las mujeres muestran una alta intención emprendedora, mientras que en el área rural este porcentaje se reduce al 42.4%. Este resultado sugiere que las mujeres en áreas urbanas tienen mayores oportunidades y motivaciones para emprender, debido a un mejor acceso a recursos y redes de apoyo.

En áreas urbanas, el 65% de las mujeres indicó que sienten un fuerte respaldo de su entorno para emprender, mientras que en áreas rurales este porcentaje desciende al 50%.

El emprendimiento femenino en áreas urbanas se caracteriza por una mayor diversidad de industrias, acceso a programas de capacitación, y una infraestructura más desarrollada. En áreas rurales, los emprendimientos se concentran en actividades como la agricultura y pequeños negocios esenciales, con un enfoque en la estabilidad financiera básica y el complemento de ingresos familiares.

Factores como la motivación individual, la autoeficacia y el acceso a redes de apoyo son fundamentales en la determinación de la intención emprendedora. En áreas urbanas, las mujeres tienen mayores expectativas de crecimiento y escalabilidad debido a un entorno más favorable, mientras que, en áreas rurales, las restricciones sociales y la falta de acceso a financiamiento son obstáculos significativos.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda fortalecer programas de acceso a financiamiento en áreas rurales, tales como crear programas de financiamiento accesible que consideren las condiciones específicas de las zonas rurales, promoviendo microcréditos o fondos comunitarios diseñados para mujeres emprendedoras.

Implementar capacitaciones adaptadas a las realidades locales, ofrecer programas de capacitación que abarquen habilidades empresariales y tecnológicas, ajustados a las limitaciones de infraestructura en áreas rurales y apoyados por tecnologías accesibles para las mujeres.

Fomentar redes de apoyo y mentoría, establecer redes de apoyo que incluyan mentoría y asesoría, especialmente en áreas rurales, para ayudar a las mujeres a superar barreras culturales y sociales que dificultan el emprendimiento.

Promover la sensibilización sobre normas culturales: Desarrollar campañas de concientización que promuevan una percepción positiva del emprendimiento femenino, con énfasis en modificar las expectativas de género en áreas rurales.

Es fundamental desarrollar programas que faciliten el acceso de mujeres rurales a redes de apoyo empresarial y financiamiento, lo que podría incluir cooperativas de mujeres o programas de mentoría empresarial.

Se recomienda integrar teorías sobre el capital social y redes de apoyo para enriquecer el análisis del emprendimiento femenino, así como fomentar estrategias que busquen transformar las normas culturales que restringen la participación de las mujeres en la economía, con un enfoque especial en áreas rurales donde estas normas son más rígidas.

Para investigaciones futuras, se recomienda explorar el impacto de factores culturales y sociales adicionales que puedan influir en la intención emprendedora en diferentes contextos geográficos, tales como: Normas de género: en donde las expectativas sociales sobre el rol de las mujeres pueden limitar su participación en el emprendimiento, especialmente en áreas rurales donde las normas tradicionales son más prevalentes. Responsabilidades familiares: cuando la carga de las tareas domésticas y el cuidado de los hijos sigue siendo una barrera significativa para muchas mujeres emprendedoras, sobre todo en áreas rurales.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, F. y. (1975). *Creencia, actitud, intención y comportamiento: una introducción a la teoría y la investigación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/233897090_Belief_attitude_intention_and_d_behaviour_An_introduction_to_theory_and_research
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>
- Alene, E. T. (2020). *Determinants that influence the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises in Ethiopia*. doi:<https://doi.org/10.1186/s13731-020-00132-6>
- Amaya Samaniego, C. &. (2023). Obtenido de <https://www.espae.edu.ec/adriana-amaya-publicaciones/oportunidades-y-desafios-del-ecosistema-de-emprendimiento-femenino/>
- Amoroso. (2011). *Dinámicas del emprendimiento en Latinoamérica. Revista de Ciencias Sociales*,. doi:<https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1393589>.
- Arciniega, J. d. (2005). *La resiliencia. Una nueva perspectiva en psicopatología*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/175/17510206.pdf>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Obtenido de https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf
- BID. (2020). *estudio sobre la brecha de genero en el acceso al mercado hipotecario*. Obtenido de [file:///C:/Users/HP%20SPECTRE/Downloads/Estudio-sobre-la-brecha-de-genero-en-el-acceso-al-mercado-hipotecario-de-Ecuador%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP%20SPECTRE/Downloads/Estudio-sobre-la-brecha-de-genero-en-el-acceso-al-mercado-hipotecario-de-Ecuador%20(1).pdf)

- Bosma, N. K. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report*. GEM Consortium. . Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2020-2021-global-report>
- Brush, C. (2009). doi:[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00012-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00012-3) .
- Bryden, J. (2020). *Rural Development and Entrepreneurship*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/382267503_Rural_Entrepreneurship
- Chabra, S., Rajasekaran Raghunathan, & Muralidhar Rao. (2020). *The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India*. doi:10.1108/apjie-06-2019-0034
- Chowdhury S. (2019). Financing female entrepreneurs in cottage, micro, small, and medium enterprises: Evidence from the financial sector in Bangladesh 2010–2018. doi:<https://doi.org/10.1002/app5.286>
- Coleman, S. (2016). *El papel del género en las relaciones entre empresarios e inversores: un enfoque desde la teoría de la señalización*. doi:DOI: 10.1111/etap.12226
- Contreras, P. (2020). *Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p18.pdf>
- Cope, J. (2005). *Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship*. . Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2005.00090.x>
- Dabson. (2001). *Supporting Rural Entrepreneurship*. Federal Reserve Bank of Kansas City. doi:<https://doi.org/10.20955/r.83.53-57>
- Davidsson, P. &. (2003). *The role of social and human capital among nascent entrepreneurs*. . Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902602000976>

- Delgado, J. P. (2019). *La influencia de la observación de modelos exitosos en la intención de emprender: Una aplicación de la Teoría del Aprendizaje Social*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/805/80511492008.pdf>
- Esphae. (2023). *Emprendimiento femenino en Ecuador* . Obtenido de https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2023/01/emprendimiento_femenino_ecuador.pdf
- Fajardo, V. C. (2024). *El turismo como espejo sociocultural: estereoripos y representaciones de género*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/378504379_El_turismo_como_espejo_sociocultural_estereoripos_y_representaciones_de_genero
- Fernandez, M. (2018). *Egresan 8 mil ingenieros por año frente a 34 mil graduados de sociales, abogacía y psicología*. Obtenido de <https://www.infobae.com/educacion/2018/01/24/psicologos-y-abogados-pero-no-ingenieros-en-algunas-disciplinas-clave-se-reciben-menos-de-25-alumnos/>
- Freshwater, D. (2020). *Rural America and the Changing Structure of National Employment*. Obtenido de <https://real.illinois.edu/>
- Galvão, A. (2020). *Emprendimiento y Desarrollo Económico en Áreas Rurales* . Obtenido de <file:///C:/Users/HP%20SPECTRE/Downloads/Dialnet-EmprendimientoYSuRelacionConElDesarrolloEconomicoY-7659395.pdf>
- Garcia, S. (2013). *Cognitive scripts and entrepreneurial success*. Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/1970>
- GEM. (2017). *he Center for Women's Leadership at Babson College*. Obtenido de The Global Entrepreneurship Monitor (GEM): <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2007-report-on-women-and-entrepreneurship-summary>

- Hallward-Driemeier, M. (2017). *Women, Business and the Law*. World Bank Group. .
doi:<https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1099-3>
- Hisrich, R. D. (2013). *ntrepreneurship*. McGraw-Hill Education. Obtenido de
<https://www.tara.tcd.ie/bitstream/handle/2262/104570/338.pdf?sequence=1>
- Kamberidou, I. (2020). “*Distinguished*” women entrepreneurs in the digital economy and
the multitasking whirlpool. doi:<https://doi.org/10.1186/s13731-020-0114-y>
- Kelley. (2020). *OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS*. Obtenido de
https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2023/01/emprendimiento_femenino_ecuador.pdf
- Kolvereid, L. (1996). *Prediction of employment status choice intentions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Obtenido de
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/104225879602100104>
- Krueger, N. F. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. . Obtenido de
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902698000330>
- Laguía, A., Juan Antonio Moriano, Fernando Molero, & Jorge Alberto Gámez. (2017).
*Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de
estudiantes universitarios de Colombia*.
doi:<https://doi.org/10.14349/rlp.2023.v55.14>.
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). *Validación del Cuestionario
de Intención en una muestra de estudiantes universitario en Colombia*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/journal/647/64750138012/64750138012.pdf#page19>
- Lasio. (2023). *Oportunidades y desafíos del ecosistema del emprendimiento*.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120043>
- Layorte. (2023). *GÉNERO Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL*.
doi:<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1971.65.82534>

- Luna-Reyes, L. F. (2019). *Influencia de las actitudes, normas subjetivas y percepción de control sobre la intención de emprender*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5711/571165147008/html/>
- Martins, O., Simba, A., Dana, L.-P., & Liguori, E. (2021). *Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/353526846_Women_entrepreneurship_in_developing_economies_A_gender-based_growth_model
- McGranahan, D. (2007). doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.1913671>
- McCullagh, P. (2002), *What is a statistical model*, *Annals of Statistics* 30: 1225-1310, doi:10.1214/aos/1035844977
- Mendoza. (2019). *Emprendimiento rural e impacto en el desarrollo económico y sociocultural: comunas Libertador Bolívar, Cadeate y San Pablo, cantón Santa Elena, Ecuador*. doi:DOI: 10.26423/rctu.v6i1.447
- Mendoza, M. R. (2019). *Emprendimiento rural e impacto en el desarrollo económico y sociocultural: comunas Libertador Bolívar, Cadeate y San Pablo, cantón Santa Elena, Ecuador*. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/447/367>
- Miller, J. M. (2018). *Social Learning Theory and Applications*. Obtenido de <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003014447/introduction-theories-learning-matthew-olson-julio-ramirez>
- Montaño, W. J. (25 de julio de 2019). *La formación en la teoría del capital humano: una crítica sobre el problema de agregación*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/413/41364527011/html/>

- Nonaka, I. &. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1927602>
- Orihuela-Ríos, N. C. (2022). *Female entrepreneurship: characteristics, reasons for success, limitations, involved and consequences*. Obtenido de INNOVA Research Journal,: <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/index>
- Osama Sam Al-Kwifí., T. K. (2020). *Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia*. doi:<https://doi.org/10.1080/15475778.2019.1682769>
- Osei, C. D., & Jincai Zhuang. (2020). *Rural Poverty Alleviation Strategies and Social Capital Link: The Mediation Role of Women Entrepreneurship and Social Innovation*. doi:<https://doi.org/10.1177/2158244020925504>
- Paz C, Y; Espinosa E, M.T & Maceda M, A. (2018). *Impulso a emprendimientos productivos de mujeres rurales*, NOVUM, (8-I), p.p. 164- 190.
- Paz, I. M. (2022). *Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental*. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/3510/4070>
- Politis, D. (2005). *The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2005.00091.x>
- Ramos, G. y. (2019). *Intención de emprendimiento femenino: análisis comparativo*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/373395561_Emprendimiento_femenino_en_estudiantes_universitarios_una_revision_de_literatura
- Samaniego, A. y. (2023). *El mercado laboral ecuatoriano enfrenta cuatro grandes brechas: género, edad, territorio y habilidades*. Obtenido de

- <https://www.cip.org.ec/2023/09/21/el-mercado-laboral-ecuatoriano-enfrenta-cuatro-grandes-brechas-genero-edad-territorio-y-habilidades/>
- Sanchez, f. y. (2010). *analisis del perfil emprendedor* . Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2019/01/mujer-y-tecnologia-la-brecha-que-no-cesa-sino-que-crece/>
- Schunk, D. H. (1987). *Peer models and children's behavioral change* . Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.3102/00346543057002149>
- Schunk, D. H. (2012). *Learning theories: An educational perspective*. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1368505>
- Setini, M., Ni Nyoman Kerti Yasa , & Wayan Gede Supartha . (2020). *The Passway of Women Entrepreneurship: Starting from Social Capital with Open Innovation, through to Knowledge Sharing and Innovative Performance*. doi:<https://doi.org/10.3390/joitmc6020025>
- Shucksmith, M. (2009). *Urban–Rural Differences in Quality of Life across the European Union*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/233154279_Urban-Rural_Differences_in_Quality_of_Life_across_the_European_Union.
- Tamayo, W. M. (2015). *emprendimiento y gestion*. Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/MINEDU_Libro_Emprendimiento-1-BGU.pdf
- Taoan Ge, Jaffar Abbas, & Raza Ullah. (2022). *Women’s Entrepreneurial Contribution to Family Income: Innovative Technologies Promote Females’ Entrepreneurship Amid COVID-19 Crisis*. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.828040>
- Trigo, I. V. (2019). *Oportunidades y desafíos para*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/edc6e8c4-d873-4ad7-a069-1a4a260ca8c1/content>

- Unger, J. M. (2016). *Human capital and entrepreneurial success*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902609000998>
- Valverde. (2021). *LA MUJER Y EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL ECUADOR: Educación y desarrollo de competencias*. Obtenido de <https://puertomaderoeditorial.com.ar/index.php/pmea/catalog/book/23>
- Villareal. (2017). *Acceso a recursos financieros en áreas rurales. Revista de Economía y Finanzas*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cf33be13-7f5e-403f-8fc5-1622975a36ee/content>
- Virginia, L., & Caicedo Guido. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2016*. doi: <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n1.2017.133>
- Welter, F. (2010). *Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/227690066_Institutional_Perspectives_on_Entrepreneurial_Behavior_in_Challenging_Environments
- Williams, C. y. (2014). *El papel de los estereotipos de género en la percepción de las mujeres líderes*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/167/16731690027.pdf>
- Youssef, A. B., Sabri Boubaker, & But Dedaj. (2021). *Digitalization of the economy and entrepreneurship intention*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120043>
- Yuqui, O. y. (2023). *Empoderamiento y perfil emprendedor de las mujeres de las parroquias*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12311/1/Osorio%20Ruiz%2C%20A%20y%20Yuqui%20Rodriguez%2C%20A%282024%29%20An%20C3%A1llisis%20del%20costo-volumen->

utilidad%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20rentabilidad%20de%20la%20f
lor%C3%ADcola%20Dazarina%20Flowers%

Zapata, D. (2023). Obtenido de Ampliación sobre el impacto del emprendimiento femenino::

<https://www.semana.com/economia/capsulas/articulo/la-importancia-del-emprendimiento-femenino-para-el-desarrollo-economico-claves-para-emprender-con-exito/202405/>

ANEXOS

Tabla 15. Resumen estado del arte

Autores y título de la investigación	Variables utilizadas (variable dependiente e independientes)	Metodología	Conclusión
Osama Sam Al-Kwifi, (2020) Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia	Y= Género X ₁ = Capital financiero X ₂ =Discriminación en el acceso al mercado X ₃ = Éxito X ₄ = Ganancias	Se aplicó el modelo de regresión logística.	Las mujeres empresarias se enfrentan a obstáculos burocráticos que exigen más de ellas que de sus hombres empresarios. Las mujeres empresarias se desempeñan mejor en sus negocios cuando tienen acceso financiero que otras empresas con restricciones financieras.
Alene, et al, (2020) Determinants that influence the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises in Ethiopia	Y= Desempeño de las mujeres empresarias X ₁ = Edad X ₂ = Estado civil X ₃ = Acceso al mercado X ₄ = Acceso a la infraestructura	Técnica de muestreo aleatorio de dos etapas para seleccionar a los encuestados de la muestra en el área de estudio.	Un total de 24,3% de las mujeres encuestadas se dedicaban a costuras, seguidas de salones de belleza. Donde el 15,5% de las mujeres, principalmente las mujeres, estaban empleadas.
Ge, Toan., Abbas J, et al, (2020) Women's Entrepreneurial Contribution to Family Income: Innovative Technologies Promote Females' Entrepreneurship Amid COVID-19 Crisis	Y = Contribución al ingreso familiar X ₁ = Edad X ₂ =Educación X ₃ = Tamaño de la familia X ₄ = Ingresos X ₅ = Tiempo asignado/Semana X ₆ = tamaño del emprendimiento X ₇ = Ubicación	El estudio reclutó a los encuestados a través de la técnica de muestreo de bolas de nieve.	El espíritu emprendedor femenino es una importante fuente de empleo en Bangladesh.
Chowdhury, S. (2019) Financing female entrepreneurs in cottage, micro, small, and medium enterprises.	Y = Motivos de éxito X ₁ = Limitaciones X ₂ = Implicaciones	Método analítico, sintético e inductivo.	Se pueden observar en tres motivos compartidos por las empresarias de éxito. Uno de ellos es la necesidad de libertad o independencia, el afán por lograr independencia y el deseo de equilibrar las responsabilidades familiares
Álvarez. C. S (2020) Limitaciones y Factores de éxito del emprendimiento femenino: una Perspectiva costarricense.	Y = Motivaciones X ₁ = Las limitaciones X ₂ = Factores de éxito X ₃ = Crecimiento de ventas X ₄ = Valor de mercado	Metodologías cuantitativas de análisis	El empoderamiento mostrado por las emprendedoras se evidencia en su participación como principales tomadoras de decisiones dentro de sus empresas.
Pérez, A., Gómez, et al, (2023) Emprendedurismo Femenino en el Sector Turismo de Sonora, México	Y = Elección de carrera X ₁ = Socialización de carrera X ₂ = Orientación de carrera	Metodología cualitativa, a través de la técnica de muestreo no probabilístico, por conveniencia.	La inserción en el mercado laboral por parte de las mujeres es uno de los principales cambios que suceden en la concepción de maternidad.
Valverde, K. (2021) La Maternidad Como un Constructo Social Determinante en el Rol de La Femenidad	Y = Maternidad X ₁ = Constructo social X ₂ = Género	Recopilación de información de fuente primaria.	La inserción en el mercado laboral por parte de las mujeres es uno de los principales cambios que suceden en la concepción de maternidad.

Castiblanco, S. (2018) La Construcción de la categoría de emprendimiento femenino	Y = Nivel de educación X ₁ = Número de personas en la familia X ₂ = Edad de los emprendedores X ₃ = Nivel de educación	Revisión de los artículos científicos e investigaciones.	El emprendimiento y la informalidad han ganado importancia en las últimas décadas como alternativa de generación de ingresos.
Delorme, C.K., & León, R.V. (2020) Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario	Y = Intención emprendedora X ₁ = Actitud Personal X ₂ = Control Interno Percibido	Análisis estadístico de los datos realizado mediante el uso de los paquetes SPSS	Se halló una relación positiva entre la intención emprender y la formación en los negocios, así como la habilidad de identificar oportunidades.
Delgado, E. et al. (2020) Emprendimiento femenino por necesidad en Ecuador	Y = Género X ₁ = Condición social X ₂ = Formación y/educación X ₃ = Edad	Enfoque descriptivo, desarrollando así una investigación documental y bibliográfica que sirvió de base para obtener los hallazgos.	La exploración de emprendimientos visibiliza la aceptación de estos y el papel que las mujeres han tenido, principalmente, en los emprendimientos por necesidad.
García, Jiménez, & Escamilla (2021) Emprendimientos Femeninos en Ecuador	Y = Género X ₁ = Cultura X ₂ = Educación X ₃ = Estructura empresarial	Metodología GEM	Se refleja qué las mujeres ecuatorianas emprenden por necesidad, con poca experiencia en el sector y sin un estudio previo.
González & Vargas (2017). Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia.	Y = Apoyo gubernamental y financiero X ₁ = Educación X ₂ = Formación para el emprendimiento X ₃ = Necesidades X ₄ = Motivaciones X ₅ = Perfil psicológico X ₆ = Toma de decisiones	Enfoque cualitativo, mediante la construcción de entrevistas en profundidad tomando como base algunos parámetros del estudio del GEM.	Las mujeres afirman que su principal motivación para emprender fue la necesidad, ya que la falta de empleo en sus municipios así como su edad y su falta de formación académica les impide conseguir un trabajo que se adapte a sus condiciones personales y familiares.
Morales, V., Gómez, C. (2023) Emprendimiento femenino en estudiantes universitarios: una revisión de literatura	Y = Emprendimiento femenino X ₁ = Formación emprendedora X ₂ = Actitud X ₃ = Norma subjetiva X ₄ = Control conductual X ₅ = Intención de desempeño	Análisis documental y la revisión literaria como técnica para recolectar información.	Las mujeres tienden a emprender mayormente por necesidad, ya sea económica o por sentirse autorrealizadas y avanzar en su carrera profesional, o porque no se sienten satisfechos con sus trabajos, ya que su centro laboral no les permite ascender a un puesto con más alta jerarquía y prefieren pasar más tiempo con sus hijos.
Kamberidou, I. (2020) “Distinguished” women entrepreneurs in the digital economy and the multitasking whirlpool	Y = Propensión individual a asumir riesgos X ₁ = Normas subjetivas X ₂ = Control conductual percibido X ₃ = Personalidad proactiva X ₄ = Educación emprendedora	Análisis de los datos disponibles sobre las mujeres empresarias en Europa,	Los estudios confirman la eficacia de las TIC en la provisión de horarios flexibles y ayudar a las mujeres a iniciar, crecer y sostener una empresa.

<p>Setini, M., et al. (2020) The Passway of Women Entrepreneurship: Starting from Social Capital with Open Innovation, through to Knowledge Sharing and Innovative Performance</p>	<p>Y= Capital social X₁= Innovación X₂= Intercambio de conocimientos X₃= Desempeño de mujeres</p>	<p>La técnica de muestreo aplicada es el muestreo intencional.</p>	<p>Las PYME deben comprometerse plenamente a aplicar los principios de las empresas modernas en sus actividades comerciales.</p>
<p>Osei & Zhuang, J. (2020). Rural Poverty Alleviation Strategies and Social Capital Link: The Mediation Role of Women Entrepreneurship and Social Innovation</p>	<p>Y= Nivel educacional X₁= Edad X₂= Experiencia de trabajo</p>	<p>Muestreo por conglomerados en múltiples etapas y método de muestreo aleatorio simple.</p>	<p>El capital social, la innovación social y el crecimiento del emprendimiento femenino contribuyen a la reducción de la pobreza rural en el contexto de un país en desarrollo.</p>
<p>Chabra, S, et al. (2020) The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India</p>	<p>Y= Intención empresarial X₁= Factores motivacionales X₂= Normas subjetivas X₃= Características personales X₄= Ecosistema emprendedor X₅= Flexibilidad cognitiva</p>	<p>Modelo Analítico, modelo SCCT.</p>	<p>Desarrollo y validación de un modelo analítico para la promoción de la empresaria de las mujeres en las MIPYMES.</p>
<p>Martins, Simba, Dana, & Liguori. (2021) Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model</p>	<p>Y= Maternidad X₁= Educación X₂= Mercado X₃= Gestión X₄= Macroentorno X₅= Dinero</p>	<p>Enfoque abductivo, muestreo intencional y muestreo de bola de nieve.</p>	<p>Evidencias claras demostraron que el dinero (uso y utilización), el mercado (inteligencia del cliente y referencias de otras mujeres) y la gestión (educación no formal y experiencias) son los influenciadores directos del crecimiento.</p>
<p>Youssef, A. B., et al (2021) Digitalization of the economy and entrepreneurship intention</p>	<p>Y= Intención emprendedora X₁= Digitalización X₂= Educación X₃= Actitudes conductuales</p>	<p>Escala Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)</p>	<p>La actitud personal y el contenido conductual son los principales determinantes de la intención emprendedora</p>
<p>Laguía, Ju. Et al (2017) Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia</p>	<p>Y= Intención emprendedora X₁= Actitud X₂= Norma subjetiva X₃= Autoeficacia Emprendedora</p>	<p>Método de estimación de máxima verosimilitud robusto,</p>	<p>Todas las variables de estudio presentaron una relación positiva y significativa con la intención de emprender. Los resultados obtenidos mostraron que los participantes puntuaron relativamente alto en intención emprendedora.</p>

Fuente: Elaboración propia con fuentes de artículos científicos



INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO CARRERA DE ECONOMÍA

Nº

CUESTIONARIO

El presente cuestionario ha sido elaborado con fines académicos, el objetivo principal de esta investigación es: Identificar los factores que determinan la intención del emprendimiento femenino dentro de una comparación en el área rural y urbana en el Cantón Riobamba; los datos proporcionados se administrarán de forma confidencial y discreta y agradecemos su colaboración.

1. ¿Cuál es su edad?

EDAD	
15-25	
26-35	
36-45	
46 en adelante	

2. ¿En qué área se encuentra ubicada?

RURAL	URBANA

3. ¿Cuál es su Nivel educativo?

NINGUNO	
PRIMARIA	
SECUNDARIA	
EDUCACIÓN SUPERIOR	

4. Número de hijos:

NINGUNO	
1	
2	
3 o más	

5. Actitud: conformadas por la fuerza de cada creencia combinada de forma multiplicativa con su valor subjetivo.

ITEM	1 Totalmente improbable	2 Muy improbable	3 Poco probable	4 Moderadamente probable	5 Probable	6 Muy probable	7 Totalmente probable
Enfrentarse a nuevos retos							
Crear empleo para otras personas							
Ser creativo e innovar							
Tener altos ingresos económicos							

Asumir riesgos calculado ser prop io jefe							
---	--	--	--	--	--	--	--

6. Norma subjetiva: expectativas familiares sobre la deseabilidad de llegar a ser abogado médico o emprendedor.

ITEM	1 Nada de acuerdo	2 Bastante en desacuerdo	3 En desacuerdo	4 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5 De acuerdo	6 Bastante de acuerdo	7 Totalmente de acuerdo
Familia directa							
Amigos íntimos							
Compañeros o colegas							

7. Autoeficacia emprendedora: se define como la creencia de una persona en su potencial para llevar a cabo un proceso de emprender.

ITEM	1 Totalmente ineficaz	2 Muy ineficaz	3 Poco ineficaz	4 Moderadamente eficaz	5 Probablemente eficaz	6 Muy eficaz	7 Totalmente eficaz
Definir idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa							
Mantener bajo control de proceso de creación de una nueva empresa							
Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos							
Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios							

Relacionarse con personas claves para obtener capital para crear una empresa.							
Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa							

8. Intención emprendedora: intencionalidad de un sujeto o un estado mental que dirige al individuo a la intención de emprender.

ITEM	1 Totalmente improbable	2 Muy improbable	3 Poco probable	4 Moderadamente probable	5 Probable	6 Muy probable	7 Totalmente probable
Probabilidad de llegar a crear una empresa algún día							

Disposición a esforzarse lo que sea necesario para ser empresario							
Decisión de crear una empresa en el futuro							
Objetivo profesional de ser empresario							

BASE DE DATOS

AREA URBANA

e d a d	niv ele du	n hi jo s	act _re tos	act_ emp leo	act_ inno va	act_i ngre sos	act_ ries gos	normas _famili ares	norm as_am igos	norma s_cole gas	autoe f_neg ocio	autoe f_con trol	auto ef_r elac	autoef _recon ocer	autoe f_cap ital	auto ef_cr ear	int _cr ear	int_ esfo rzar	int_ futu ro	int_ser empres ario
1	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
2	4	2	4	4	4	4	4	6	5	6	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5
2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
2	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4

2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
2	4	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
2	3	4	4	4	4	4	4	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5
1	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
3	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
3	3	2	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

3	4	1	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
2	4	4	6	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
2	4	2	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
2	3	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	1	5	5	4	4	4	7	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
1	4	4	5	4	5	4	4	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1
1	3	1	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	2	2	2	2	2	5	5	5	6	6	6	6	6	6	2	2	2	2
4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
2	4	4	2	2	3	2	2	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5

3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
1	3	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7
3	4	2	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6
2	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	3	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	3	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2	3	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2	3	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	3	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	3	1	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	3	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	4	1	6	6	6	6	6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
3	3	4	6	6	6	6	6	5	4	4	7	5	6	7	6	7	5	5	5	5
2	4	4	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
2	4	4	6	6	6	6	6	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	3	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2	4	1	6	6	6	6	6	7	7	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5
3	3	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2	4	2	6	6	6	6	6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
4	4	3	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	2	6	6	6	6	6	6	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6
2	4	1	6	6	6	6	6	5	4	4	6	6	6	5	5	5	6	5	5
3	4	2	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	
1	4	1	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
4	4	4	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6
4	4	1	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	7	6	7
1	3	1	6	6	6	6	6	7	7	7	5	5	5	5	5	5	7	6	6
3	4	4	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	1	7	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5
3	4	4	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	4
2	3	4	6	7	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
3	4	4	6	6	5	6	6	7	7	7	5	5	5	5	5	5	6	5	5
2	4	1	6	5	5	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	6	5
4	4	3	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	2	6	6	7	6	6	7	6	7	6	7	6	7	7	6	7	7	7
3	3	1	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	3	1	5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	6
2	4	1	7	7	6	7	6	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	6	7
3	4	1	6	6	7	7	6	5	6	5	6	6	5	5	6	7	6	6	6
3	4	3	6	6	7	7	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5

4	4	2	7	6	7	7	6	7	3	3	5	6	5	6	6	6	6	6	6	3
4	4	2	7	6	7	7	6	7	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	1	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
2	3	2	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
3	4	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	1	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	4	1	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
1	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	2	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
1	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	4	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	4	1	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	5	5	5
4	3	4	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5
1	3	4	7	6	7	6	5	7	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3
3	1	4	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
3	4	2	5	5	6	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	6	6	5
1	4	1	4	4	5	5	5	7	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7
4	4	3	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	3	3	3	3
3	4	1	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	6	6	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	1	6	6	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
1	3	4	7	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5
3	4	1	4	5	5	5	5	6	6	6	5	5	4	5	5	5	5	6	6	6
3	4	1	6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3
3	4	1	6	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
2	3	4	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6
4	4	2	6	5	5	5	5	7	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5

1	3	2	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
1	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	2	5	5	5	5	5	7	7	7	5	5	5	6	6	6	7	7	7	7
2	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	1	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
3	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
1	3	1	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
2	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5
2	3	1	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
2	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	1	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	1	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	1	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
3	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
1	3	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
3	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	1	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5
2	3	1	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	6	5	6	7	5	6	5	5	5	4	5	6	5	5	5	5	6	5
1	3	4	5	6	7	7	5	6	4	4	5	6	5	4	5	6	5	5	5	4

3	4	1	7	5	7	7	5	5	5	4	6	5	6	6	5	5	5	5	4	4
2	4	1	1	1	2	2	1	7	4	4	7	7	7	6	6	7	7	7	7	6
4	4	3	1	2	2	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
2	4	2	2	2	1	1	1	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
4	4	2	1	1	1	1	1	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4
1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	4	6	6	7	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6
4	4	3	7	6	7	6	7	6	5	6	6	6	5	5	5	6	7	6	6	6
2	4	4	7	7	7	6	7	6	6	6	6	6	7	6	6	7	7	6	7	6
4	4	3	2	6	6	7	7	6	6	6	3	3	7	6	6	7	5	6	6	7
2	4	4	6	6	6	7	7	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	7	7	7
2	3	2	7	6	6	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	6	7	6	7
2	4	4	7	6	6	7	7	7	3	7	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5
4	4	2	6	7	6	7	7	6	6	6	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
2	4	4	6	7	6	7	7	4	4	4	7	7	7	7	7	7	4	4	4	4
1	3	4	5	6	5	7	7	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	6	6
2	3	1	6	6	7	7	7	6	6	6	5	5	7	7	7	7	7	6	7	7
2	3	4	6	6	7	7	7	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	7	6	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7
3	3	1	7	6	7	7	7	6	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7
1	3	4	7	7	7	7	7	7	6	4	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
2	4	4	7	7	7	7	7	5	5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7

3	4	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
2	4	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	4	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
3	4	1	7	7	7	7	7	5	5	3	7	6	7	7	7	7	7	7	7
4	4	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	6	7
1	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	3	3	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7
4	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7
1	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
1	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	4	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
2	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7
4	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6
1	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
3	3	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
3	3	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
3	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
2	4	4	7	7	7	7	7	6	6	5	6	7	6	6	7	7	7	7	6
1	3	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	4	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
2	4	4	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	5	5	6	6	7	7	7

3	4	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
3	4	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7
3	3	1	7	7	7	7	7	7	5	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
1	3	2	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6
3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

AREA RURAL

e d a d	niv ele du	n hi jo s	act _re tos	act_ emp leo	act_ inno va	act_i ngre sos	act_ ries gos	normas _famili ares	norm as_am igos	norm as_col egas	autoe f_neg ocio	autoe f_con trol	auto ef_r elac	autoef _recon ocer	autoe f_cap ital	auto ef_cr ear	int _cr ear	int_ esfo rzar	int_ fut uro	int_ser empres ario
3	2	3	1	2	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	1	1	1	1	1	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
2	2	1	1	1	6	6	1	6	6	6	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4
2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
1	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	6	6	6	6	5	5	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3	3	3	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
1	1	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4
3	3	1	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
4	2	1	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4

2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
1	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
2	3	2	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
2	2	2	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2
1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2
2	2	1	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	2
4	1	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2
4	2	2	4	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	2	2
3	1	1	4	1	3	6	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2
4	1	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2
4	1	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2
3	2	1	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2
3	3	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2
2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2
2	2	2	4	4	4	4	4	2	1	4	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2
4	2	3	4	3	3	3	3	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1	3	2	4	4	4	3	4	6	6	6	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1	3	1	4	3	4	3	3	5	6	5	5	4	5	5	5	5	5	6	5	6
2	1	1	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	6	5	5	6
2	3	2	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3

4	1	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	6	4	3
2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
2	2	1	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3
2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3
4	1	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
2	2	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
1	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
3	2	2	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	2	2	4	3	4	4	3	6	5	6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
2	4	3	4	3	4	4	3	7	7	7	6	5	6	5	5	5	6	6	5	5
3	3	2	4	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	1	2	4	4	4	4	4	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2
1	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2
4	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	1
1	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1
3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	1
2	2	1	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1

3	3	2	6	6	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3
3	1	4	6	1	5	6	1	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	2	3	6	6	6	6	6	3	2	3	4	3	4	3	4	3	1	1	1	1
2	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	2
4	2	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	2	2	2
3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	1	1	2	2	2	2
1	3	1	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	2
4	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2
2	1	1	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2
2	3	1	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	2
3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2
4	3	2	3	3	3	2	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2
2	1	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	5	4	5	3	5	5	4	3	2
3	2	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2
2	3	1	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2
2	4	4	3	1	5	7	3	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
1	3	2	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
1	2	1	3	3	3	2	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3
2	2	1	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3
2	2	2	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3
1	3	1	3	1	2	7	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	3	3
1	3	2	3	3	3	5	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3

2	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	1	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	4	3	2	3	3	3	6	5	6	5	4	5	5	5	5	5	6	5	5
3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
2	2	1	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	1
3	2	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	1
2	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	1
4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	1
2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	1	2	1
3	3	1	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	1	2	1
3	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	1
3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1
3	3	1	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	1
2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	1
2	2	4	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4

2	4	2	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	2	3	5	1	4	4	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	2	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	3	5	6	6	6	6	5	5	5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
2	2	4	5	5	5	5	5	6	6	6	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
1	3	1	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3
2	1	1	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	2	2	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	3	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	1	5	4	5	4	4	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	4	4	7	7	7	7	7	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	4	1	7	7	6	7	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	1	4	7	6	6	6	6	4	1	3	4	3	3	3	3	3	1	1	1	1
2	3	2	7	7	7	7	7	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1
1	4	4	7	2	7	7	2	5	5	5	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7
3	2	1	5	4	5	4	4	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7