


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

Intention of female entrepreneurship: comparison of urban and rural areas in the Riobamba Canton

DOI: <https://doi.org/10.35622/inudi.c.03.27>


María González

 Universidad Nacional de Chimborazo – Riobamba, Ecuador

✉ mgonzalez@unach.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-6326-9766>


Francisco Garzón

 Universidad Nacional de Chimborazo – Riobamba, Ecuador

✉ francisco.garzon@unach.edu.ec

 <https://orcid.org/0009-0004-2030-2505>

Paulina Plaza

 Universidad Nacional de Chimborazo – Riobamba, Ecuador

✉ paulina.plaza@unach.edu.ec

 <https://orcid.org/0009-0005-8009-7643>

Resumen

La problemática central radica en comprender cómo varían los factores que inciden en dicha intención según el entorno territorial, lo cual es clave para orientar políticas diferenciadas de emprendimiento femenino. Este estudio analizó la intención emprendedora de mujeres en el cantón Riobamba, diferenciando entre contextos urbanos y rurales. Se empleó una metodología cuantitativa con base en un modelo econométrico Logit Ordinal. La información se obtuvo mediante encuestas aplicadas a 356 mujeres de la Población Económicamente Activa (PEA), utilizando un muestreo estratificado proporcional: 238 mujeres del área urbana y 118 del área rural. El instrumento utilizado fue el Cuestionario de la Intención Emprendedora (CIE). La variable dependiente fue la intención emprendedora, y las variables independientes incluyeron edad, número de hijos, nivel de educación, acceso a financiamiento, actitud, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora. En el área urbana, las variables significativas fueron la norma subjetiva y la autoeficacia, ambas con relación positiva. En el área rural, además de esas dos, también resultaron significativas la edad y el número de hijos, con efecto positivo. El análisis evidenció diferencias clave: en zonas urbanas, tener hijos redujo la intención



emprendedora; en zonas rurales, la incrementó. Estos resultados evidencian la importancia de diseñar políticas públicas adaptadas a cada contexto. Mientras que en áreas urbanas se debe fomentar la innovación y el acceso a financiamiento, en zonas rurales es prioritario fortalecer la capacitación y el acceso a recursos. Se concluyó que, un enfoque territorial diferenciado impulsa un ecosistema emprendedor más inclusivo y sostenible, ya que permite responder con mayor precisión a las necesidades específicas de cada contexto, potenciando las oportunidades tanto en zonas urbanas como rurales.

Palabras clave: actitud empresarial, género, zona rural, zona urbana.

Abstract

This study analyzed the entrepreneurial intention of women in the Riobamba canton, distinguishing between urban and rural contexts. The central issue lies in understanding how the factors influencing this intention vary according to territorial environment, which is key to guiding differentiated policies for female entrepreneurship. A quantitative methodology was employed based on an Ordinal Logit econometric model. Data were collected through surveys administered to 356 women from the Economically Active Population (EAP), using proportional stratified sampling: 238 women from urban areas and 118 from rural areas. The instrument used was the Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ). The dependent variable was entrepreneurial intention, and the explanatory variables included age, number of children, level of education, access to financing, attitude, subjective norm, and entrepreneurial self-efficacy. In urban areas, the significant variables were subjective norm and self-efficacy, both with a positive relationship. In rural areas, in addition to those two, age and number of children were also significant, with a positive effect. The analysis revealed key differences: in urban zones, having children reduced entrepreneurial intention, while in rural zones, it increased it. These results highlight the importance of designing public policies tailored to each context. While in urban areas innovation and access to financing should be promoted, in rural areas, it is crucial to strengthen training and access to resources. A territorially differentiated approach fosters a more inclusive and sustainable entrepreneurial ecosystem.

Keywords: entrepreneurial attitude, gender, rural area, urban area.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se refiere a la capacidad de iniciar y liderar iniciativas que beneficien tanto al individuo como a la sociedad (Jurado Paz, 2022). En particular, el emprendimiento femenino ha captado el interés de diversos actores, quienes trabajan para crear entornos favorables para las mujeres, dado que enfrentan desafíos asociados con roles de género y crisis laborales (Kelley, 2020). Esto es especialmente relevante en zonas rurales, donde el desempleo y el acceso limitado a recursos son más pronunciados, aunque presentan ventajas como redes de cooperación informal que impulsan el desarrollo local (Villarreal, 2017).

El emprendimiento rural, que abarca actividades como la agricultura o la sastrería, se distingue del urbano en factores como el público objetivo y las dinámicas de mercado (Shucksmith, 2009). Las mujeres rurales suelen enfrentarse a mayores barreras, como la falta de financiamiento y normas culturales restrictivas (Layorte, 2023). En contraste, en áreas urbanas, tienen más acceso a recursos como educación, capital y redes de apoyo empresarial (Amaya et al., 2023).

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 et al., 2009; Hallward-Driemeier, 2017).

A pesar de los desafíos, el emprendimiento femenino contribuye significativamente al desarrollo económico y social, generando empleo y promoviendo igualdad de género (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2020; Contreras, 2020). En Ecuador, un 33.6 % de mujeres participaba en emprendimientos nacientes en 2020, aunque muchas enfrentan dificultades para sostener sus negocios debido a la falta de habilidades percibidas y limitaciones de mercado (Bosma & Kelley, 2020; Amaya, 2023).

La intención emprendedora femenina, influida por factores sociales, culturales y educativos, se plantea como un eje clave para cerrar brechas de género. En áreas rurales, el emprendimiento responde más a necesidades económicas, mientras que, en las urbanas, a oportunidades de mercado (Valdiviezo, 2020). La educación y el acceso a recursos son determinantes en el éxito empresarial de las mujeres, siendo más limitados en zonas rurales (Libertun de Duren, 2021).

El trabajo doméstico en zonas rurales, aunque invisibilizado, afecta significativamente a las mujeres, quienes realizan labores agropecuarias como agricultura, cría de animales o producción artesanal sin percibirlos como trabajo formal. Mirchandani (1999) destaca que la falta de acceso a recursos financieros refuerza un modelo de emprendimiento femenino alineado con el masculino (González et al., 2017).

En áreas urbanas, las mujeres también enfrentan retos como la carga de trabajo no remunerado y marginación. Urbano et al. (2018) señalan que, iniciativas locales de apoyo son esenciales para ayudarlas a acceder a actividades remuneradas, siendo el sector artesanal una de las pocas opciones para generar ingresos y complementar su gasto familiar.

Estudios sobre intención emprendedora, como el de Laguía et al. (2017), basado en la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991), revelan que variables como actitud, norma subjetiva y autoeficacia influyen positivamente en la intención de emprender. De manera similar, estudios como los de Liñán y Chen (2009) han desarrollado escalas para medir la intención emprendedora, destacando la importancia de la percepción de control conductual. Por otro lado, Krueger et al. (2000) argumentan que los modelos de intención son herramientas predictivas clave en el análisis del comportamiento emprendedor. Además, investigaciones recientes, como las de Nabi et al. (2018), exploran el papel de la educación emprendedora en la formación de la intención de emprender, evidenciando que programas educativos pueden fortalecer la autoeficacia y reducir el miedo al fracaso.

El emprendimiento femenino en el cantón Riobamba presenta diferencias significativas entre áreas urbanas y rurales, determinadas por el acceso a recursos, las oportunidades disponibles y los desafíos específicos de cada contexto. Según Bosma y Kelley (2020), el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en 2020 fue del 33.6 % para las mujeres, destacando un alto nivel de emprendimiento en sus primeras etapas. Sin embargo, solo el 38 % de los negocios liderados por mujeres logra consolidarse, frente al 62 % de los liderados por hombres, debido a limitaciones en habilidades y recursos (Amaya, 2023).

En áreas urbanas, las emprendedoras tienen mayor acceso a capital, educación, redes de apoyo y servicios financieros (Amaya et al., 2023), mientras que las rurales enfrentan barreras más pronunciadas, como la ausencia de infraestructura básica y servicios financieros (Villarreal, 2017). Además, el 40 % de las mujeres rurales identifica la falta de financiamiento como el principal obstáculo para emprender, frente al 22 % en áreas urbanas (Libertun de Duren, 2021).

En términos de sectores, las mujeres urbanas tienden a emprender en servicios y comercio, mientras que las rurales se concentran en actividades agrícolas y ganaderas, con una predominancia en negocios informales (Valdiviezo, 2020). El nivel educativo también es clave: las mujeres con estudios universitarios tienen mayor propensión a emprender (Libertun de Duren et al., 2021).

En cuanto a proyecciones, el 50.35 % de las emprendedoras espera crear entre 1 y 5 empleos, y solo un 7.55 % anticipa generar más de 6 empleos en los próximos cinco años (Amaya, 2023). Además, el emprendimiento femenino promueve la independencia económica y la igualdad de género (GEM, 2020) y, en áreas rurales, contribuye al desarrollo sostenible mediante la diversificación económica y la conservación cultural y ambiental (Contreras, 2020).

Las mujeres emprendedoras urbanas cuentan con un entorno más favorable, mientras que las rurales enfrentan mayores desafíos, pero demuestran resiliencia ante la adversidad (Mendoza Aranzamendi, 2021). En este contexto, surge la necesidad de analizar los factores clave que determinan la intención emprendedora femenina en el cantón Riobamba, comparando áreas urbanas y rurales. Además, el emprendimiento no solo fortalece la independencia

económica de las mujeres, sino que también impulsa el crecimiento económico y la resiliencia comunitaria (Amaya, 2023).

Elementos teóricos

El emprendimiento femenino está condicionado por roles asignados socialmente, que impactan en la intención de las mujeres para iniciar negocios (Amaya et al., 2023). En Ecuador, tanto el sector público como el privado reconocen el emprendimiento como motor económico, destacando iniciativas gubernamentales para apoyar a sectores vulnerables (Delgado, 2019). Las mujeres son percibidas como aptas para liderar estrategias inclusivas y empresas sociales debido a su sensibilidad emocional, empatía y compasión. Sin embargo, estas atribuciones basadas en género pueden reforzar estereotipos y subestimar las habilidades individuales (Goyal & Yadav, 2014).

En economías emergentes, las mujeres enfrentan barreras como vacíos institucionales, falta de educación empresarial y exclusión de redes empresariales (Alene, 2020). En el Medio Oriente, las desigualdades de género limitan el éxito femenino comparado con Occidente (Al-Kwifí & Kamaruddeen, 2020). El emprendimiento informal ha ganado relevancia en las últimas décadas como fuente de ingresos y transformación de roles de género, aunque puede reforzar desigualdades al concentrar a mujeres en sectores precarios (Langowitz & Minniti, 2007). Las emprendedoras suelen desarrollar habilidades como autoconocimiento y manejo emocional, pero enfrentan déficits en liderazgo y gestión

El emprendimiento femenino es un motor clave para el desarrollo socioeconómico, especialmente en contextos de desigualdad y pobreza, donde las mujeres enfrentan barreras significativas para desarrollar sus ideas de negocio. En el Cantón Riobamba, las diferencias entre áreas urbanas y rurales plantean desafíos únicos que influyen en la intención emprendedora, lo que justifica la necesidad de estudiar este fenómeno. La investigación tiene como objetivo analizar los factores determinantes de la intención emprendedora en mujeres de áreas urbanas y rurales del Cantón Riobamba, identificando cómo variables como la edad, el acceso a financiamiento, el nivel de educación, el número de hijos, la actitud, la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora afectan esta intención. Este análisis busca proporcionar insumos valiosos para diseñar políticas públicas diferenciadas que respondan a las características específicas de cada contexto, fomentando el emprendimiento femenino como una herramienta para mejorar las condiciones de vida y promover la equidad de género en la región.

METODOLOGÍA

Se realizó una investigación cuantitativa, basada en la recolección y análisis de datos numéricos para medir relaciones entre variables. El estudio fue de campo, utilizando encuestas estructuradas y recopilando datos de fuentes primarias en áreas urbanas y rurales del cantón Riobamba, lo que permitió aproximarse a la realidad desde el entorno donde ocurre el fenómeno (Hernández Sampieri et al., 2014).

Se aplicó el método analítico, descomponiendo el problema en sus componentes para identificar causas y factores que influyen en la intención emprendedora femenina, lo cual es esencial en investigaciones socioeconómicas (Tamayo y Tamayo, 2004). Además, se empleó el método hipotético-deductivo, formulando hipótesis y utilizándolas en un modelo econométrico logit ordinal, el cual es adecuado para analizar variables dependientes con categorías ordenadas (Greene, 2012).

El diseño metodológico fue no experimental, transversal y de campo, dado que los datos se recolectaron en un solo momento y sin manipular las variables independientes (Kerlinger & Lee, 2002). El estudio se desarrolló en contextos urbanos y rurales, atendiendo a las diferencias sociodemográficas y socioeconómicas entre ambos, las cuales inciden en las oportunidades y restricciones del emprendimiento femenino (Brush, 2009).

Tabla 1

Población Económicamente Activa (PEA) de mujeres en el Cantón Riobamba

Población Económicamente Activa	
Parroquia	PEA mujeres
Riobamba	21665
Cacha	615
Calpi	804
Cubijies	273
Flores	1278
Licto	1735
Pungala	1188
Punin	1384
Quimiag	803
San Juan	849
San Luis	1281
Total	31875

La técnica empleada fue la encuesta, aplicada mediante el Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE), diseñado con base en la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991) y validado previamente en otros contextos. Este instrumento mide tres componentes clave de la intención emprendedora: actitud hacia la conducta, norma subjetiva y autoeficacia, utilizando una escala Likert de 7 puntos. Además, incluyó preguntas sobre datos sociodemográficos como edad, nivel educativo y número de hijos. La consistencia interna del cuestionario se validó mediante el alfa de Cronbach, obteniendo un coeficiente de 0.863, lo que indica alta fiabilidad.

La Población Económicamente Activa (PEA) femenina en el Cantón Riobamba asciende a 31875 mujeres, con una distribución del 67 % en la zona urbana (21665) y el 33 % en la rural (10210) según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT). Mediante muestreo estratificado proporcional y aplicando la fórmula para población finita, se determinó una muestra de 356 encuestas, distribuidas en 238 para el área urbana y 118 para la rural.

Las encuestas se realizaron de manera presencial en el área urbana y rural, garantizando la representatividad y accesibilidad de los datos. La intención

emprendedora fue considerada como la variable dependiente, mientras que las variables explicativas incluyeron edad, acceso a financiamiento, nivel de educación, número de hijos, actitud, norma subjetiva y autoeficacia emprendedora.

El CIE, con alta validez predictiva y fiabilidad, se seleccionó por su capacidad para medir de manera precisa los factores psicosociales que influyen en la intención emprendedora. Su adaptación al contexto del Cantón Riobamba permite realizar comparaciones y extraer conclusiones relevantes para la formulación de políticas públicas.

Los datos utilizados provienen del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), complementados con encuestas aplicadas a la población urbana y rural del cantón Riobamba.

La Teoría de la Acción Planificada (TAP) establece que la intención de realizar una conducta depende de tres componentes: (a) actitud hacia la conducta, (b) norma subjetiva y (c) Control Conductual Percibido (CCP). Según estudios previos, la influencia de estos componentes varía dependiendo de factores como sexo, edad y contexto sociodemográfico. El CCP suele ser el componente más influyente y, junto con la intención, actúa como predictor directo de la conducta. La varianza explicada de la intención emprendedora por estos tres componentes oscila entre el 20 % y el 65 %.

Para medir la intención emprendedora y los componentes de la TAP, el CIE emplea ítems con formato de respuesta Likert de 7 puntos, permitiendo un análisis detallado de las dimensiones psicosociales que influyen en el emprendimiento.

Cuestionario de la Intención Emprendedora (CIE)

La actitud hacia la conducta emprendedora fue evaluada mediante 12 ítems que combinan expectativas sobre el significado y la deseabilidad de ser emprendedor, utilizando una escala de 1 a 7. La fiabilidad de esta subescala, con un alfa de Cronbach de 0.82, demuestra una adecuada consistencia interna. La norma subjetiva, medida con seis ítems sobre la percepción de la opinión de personas significativas, también mostró alta fiabilidad con un alfa de Cronbach de 0.83. La autoeficacia emprendedora fue evaluada con seis ítems tipo Likert, alcanzando un alfa de Cronbach de 0.77, lo que indica una consistencia interna aceptable.

La intención emprendedora se midió con cuatro ítems tipo Likert, que incluyeron afirmaciones como "Estoy decidido a crear una empresa en el futuro", y presentó alta fiabilidad (alfa de Cronbach = 0.91). Además, se indagó sobre el motivo del emprendimiento, ya sea por necesidad u oportunidad.

Para el análisis, se empleó una encuesta estructurada diseñada para obtener información específica sobre la intención emprendedora de mujeres. El cuestionario utilizado para medir la intención emprendedora y sus tres componentes (actitud, norma subjetiva y autoeficacia) fue el de Laguía et al. (2017). El cuestionario constó de 23 preguntas en total, cinco sociodemográficas

y 18 relacionadas con la intención emprendedora, evaluadas en una escala de Likert de siete opciones de respuesta.

Modelo Econométrico

El análisis de datos utilizó el modelo econométrico Logit Ordinal, adecuado para variables dependientes categóricas ordenadas. Este modelo, fundamentado en probabilidades acumulativas (Agresti, 2002), permitió identificar los factores significativos que influyen en la intención emprendedora. Los datos se tabularon y analizaron para determinar diferencias entre áreas urbanas y rurales, identificando patrones y relaciones clave.

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. La especificación econométrica es la siguiente:

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

Tabla 2

Variables incluidas en el modelo econométrico

Variable	Descripción	Tipo de variable	Escala
$Y =$ Intención Emprendedora	Consta de 4 ítems, con una escala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 totalmente improbable y 7 totalmente probable (Promedio de la dimensión).	Dependiente	Likert (1 a 7)
$x_1 =$ Hijos	Consta de 4 opciones de respuesta: Ninguno, 1, 2, 3 o más.	Independiente	Categórica ordinal
$x_2 =$ Nivel de educación	Consta de 4 opciones de respuesta: Ninguno, primaria, secundaria, educación superior.	Independiente	Categórica ordinal
$x_3 =$ Edad	Consta de 4 opciones de respuesta en rangos: 15-25, 26-35, 36-45, 46 en adelante.	Independiente	Categórica ordinal
$x_4 =$ Actitud	Consta de 5 ítems, con una escala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 totalmente improbable y 7 totalmente probable (promedio de la dimensión).	Independiente	Likert (1 a 7)
$x_5 =$ Norma subjetiva	Consta de 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).	Independiente	Likert (1 a 7)
$x_6 =$ Autoeficacia emprendedora	Consta de 6 ítems, con una escala de Likert del 1 al 7, siendo: 1 totalmente ineficaz y 7 totalmente eficaz (promedio de la dimensión).	Independiente	Likert (1 a 7)
$\mu =$ Error	Término de error del modelo econométrico.	Error	-

En cuanto a los signos esperados de las variables: a) Edad: El signo esperado es positivo ya que la significancia de la edad radica en que las mujeres más jóvenes suelen ser más propensas a asumir riesgos, mientras que las mujeres

mayores pueden tener más experiencia y recursos financieros. (Ajzen & Fishbein, 1975) b) Hijos: El signo esperado es positivo ya que 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. (Armitage, 2001) c) Nivel de educación: el signo esperado es positivo ya que un mayor nivel de educación suele estar asociado con una mayor autoeficacia y una mejor percepción de viabilidad para emprender. (Armitage, 2001) d) Actitud: El signo esperado es positivo ya que, en los ámbitos rural y urbano, se pueden desarrollar actitudes favorables hacia el emprendimiento como consecuencia de ciertas expectativas y resultados deseables. e) Norma subjetiva: El signo esperado es negativo ya que está ligada a la presión social de emprender o no. Las decisiones pueden estar influenciadas por la aprobación o desaprobación social, aunque en algunos casos no representaría mayor significancia. f) Autoeficacia emprendedora: el signo esperado es positivo ya que involucra la definición de la idea y el desarrollo del plan de negocio. Se basa en la intención de realizar los planes requeridos, mostrando un alto grado de compromiso Laguía et al. (2017).

RESULTADOS

Tabla 3

Variables sociodemográficas de las mujeres encuestadas en el Cantón Riobamba

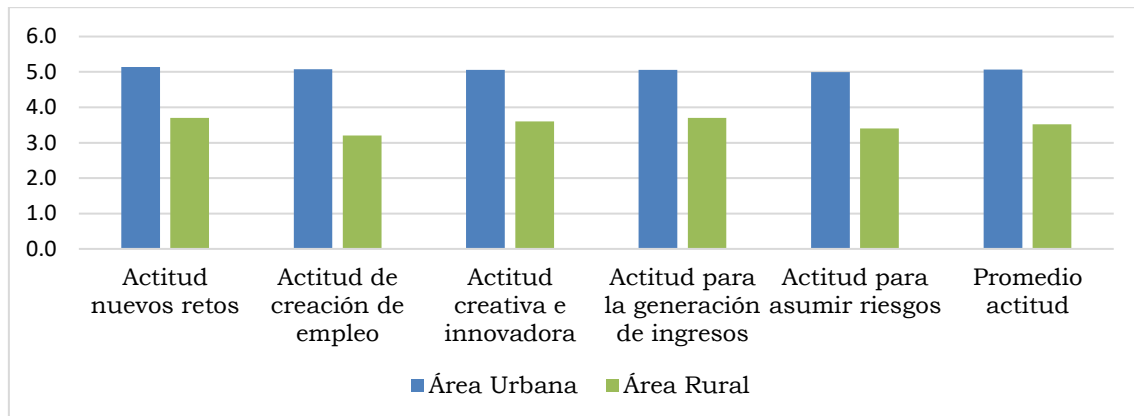
Variable	Descripción	Área Urbana	Área Rural
Mujeres encuestadas	Número	238	118
	Ninguno	36.13 %	17.80 %
Hijos	1	36.55 %	33.90 %
	2	18.91 %	33.90 %
	3 o más	8.40 %	14.41 %
	Ninguno	0.42 %	16.95 %
Nivel de educación	Primaria	2.10 %	37.29 %
	Secundaria	41.60 %	33.90 %
	Educación superior	55.88 %	11.86 %
	Ninguno	0.42 %	16.95 %
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 %

El análisis de las encuestas pone en evidencia marcadas diferencias sociodemográficas entre mujeres de zonas urbanas y rurales del Cantón Riobamba, particularmente en aspectos como maternidad, nivel educativo y grupos etarios. Las mujeres rurales presentan mayor número de hijos y niveles educativos más bajos, lo que sugiere una relación directa entre el contexto

territorial y las condiciones estructurales que enfrentan. Aunque las diferencias por edad son menos acentuadas, la mayor concentración de mujeres rurales en el rango de 26 a 35 años podría asociarse con una etapa activa en la búsqueda de alternativas económicas, como el emprendimiento. Estos contrastes reflejan desigualdades persistentes que deben ser consideradas en el diseño de políticas públicas diferenciadas.

Figura 1

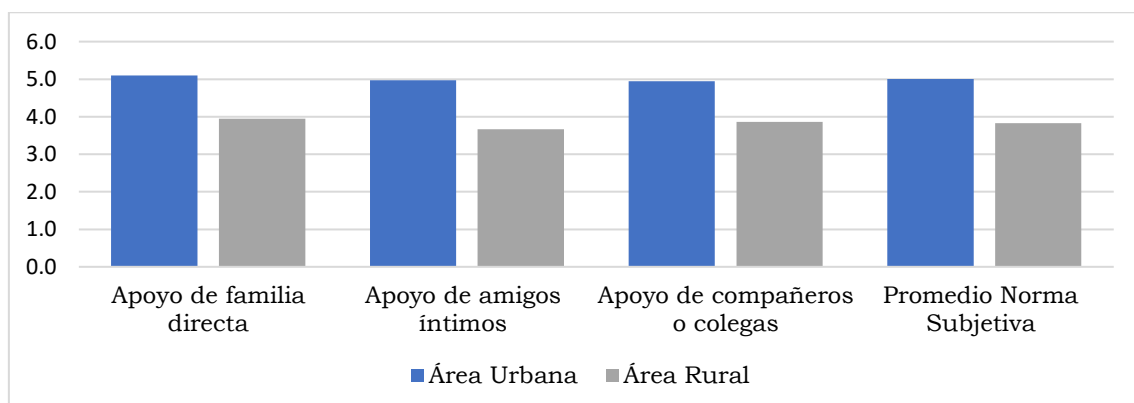
Actitud emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba (promedio área urbana y rural)



En la Figura 1, se muestran las diferencias en la actitud emprendedora entre mujeres urbanas y rurales reflejan una menor predisposición de las mujeres rurales a iniciar actividades empresariales, lo que puede estar asociado a un acceso limitado a recursos, menores oportunidades y menor confianza en su autonomía económica. Las mujeres urbanas, en cambio, muestran una actitud más favorable hacia el emprendimiento, caracterizada por una mayor disposición a asumir retos, generar ingresos y adoptar prácticas innovadoras. Estas disparidades ponen de relieve la necesidad de políticas diferenciadas que fortalezcan las capacidades emprendedoras en zonas rurales.

Figura 2

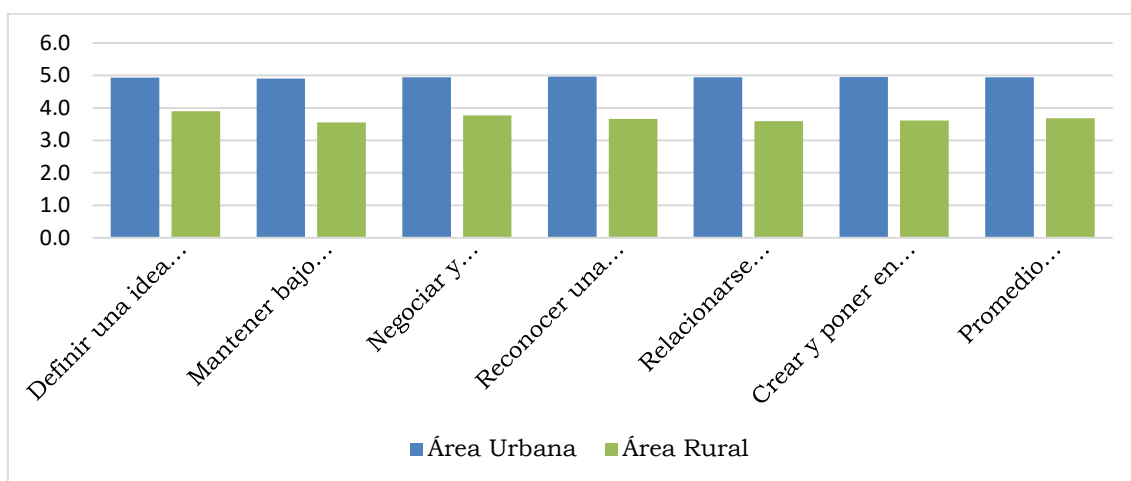
Norma subjetiva de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba (promedio área urbana y rural)



En la Figura 2, la dimensión de norma subjetiva evidencia claras diferencias entre contextos urbanos y rurales. En general, las mujeres del área urbana perciben un mayor nivel de apoyo por parte de su entorno cercano como familia, amigos y colegas, con un promedio global de 5.8, en contraste con 3.8 en el área rural. Esta brecha refleja una mayor cohesión social y respaldo emocional en las zonas urbanas, lo cual puede influir positivamente en la intención emprendedora. En cambio, el menor nivel de apoyo percibido en contextos rurales resalta la necesidad de fortalecer redes de apoyo, ya que estas desempeñan un papel clave en el empoderamiento y desarrollo de iniciativas empresariales lideradas por mujeres. Los resultados confirman que el entorno social actúa como un factor diferenciador en la decisión de emprender.

Figura 3

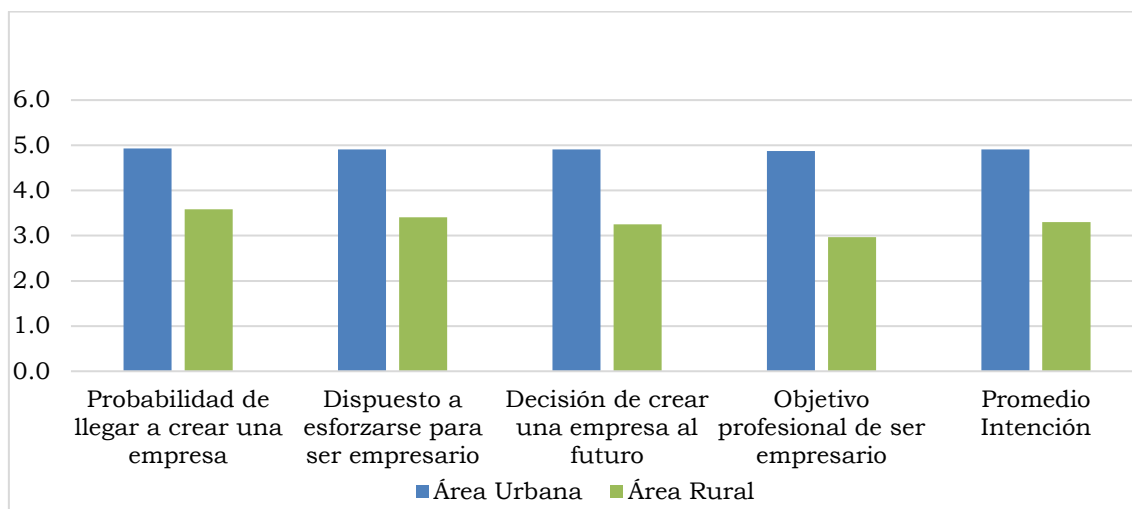
Autoeficacia emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba



La dimensión de autoeficacia emprendedora evidencia una brecha clara entre mujeres urbanas y rurales del Cantón Riobamba. Las primeras manifiestan una mayor confianza en sus capacidades para emprender, mientras que las segundas presentan niveles más bajos de percepción de eficacia en aspectos clave del proceso empresarial. Esta diferencia sugiere que las mujeres rurales enfrentan mayores barreras para visualizarse como emprendedoras viables, lo cual podría limitar su intención de iniciar negocios propios como puede ser observado en la Figura 3.

Figura 4

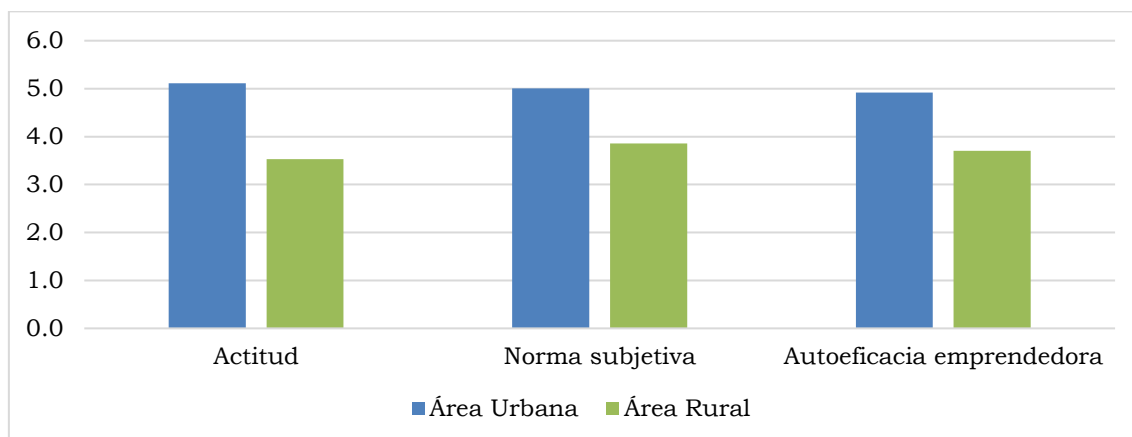
Intención emprendedora de la PEA de mujeres en el Cantón Riobamba



En la Figura 4, el análisis de la intención emprendedora muestra una tendencia clara: las mujeres de áreas urbanas muestran niveles más altos de motivación y compromiso hacia la creación de empresas en comparación con sus pares rurales. Esta diferencia puede atribuirse a condiciones socioeconómicas más favorables en contextos urbanos, como mayor acceso a información, formación y redes de apoyo. En contraste, la menor intención emprendedora en zonas rurales refleja limitaciones estructurales que afectan la percepción de viabilidad y deseo de emprender.

Figura 5

Variables de la encuesta del cuestionario CIE



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.

con un 3.5 como es observado en la Figura 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 las áreas urbanas que en las rurales.

Tabla 4

Modelo Logit Ordinal del área urbana

Variable	Modelo Logit ordinal		
	Coef.	Std. Err.	P> z
Hijos	-0.158	0.110	0.151
Edad	-0.209	0.148	0.158
Nivel de Educación	-0.181	0.255	0.476
Actitud	0.247	0.160	0.123
Norma Subjetiva	0.594	0.202	0.003
Autoeficacia Emprendedora	2.778	0.275	0.000
Log likelihood		-197.9	
LR chi2 > chi2		411.3	
Prob > chi2		0.000	
Pseudo R2		0.509	

Los resultados de los análisis presentados en la Tabla 4 para el área urbana, muestran que el modelo presenta un buen ajuste, con valores significativos en el chi-cuadrado y el Pseudo R2, lo que indica que las variables incluidas en los modelos explican aproximadamente el 50 % de la variabilidad en la intención emprendedora, señalando un ajuste adecuado. Además, los valores de log likelihood, LR chi2 y Pseudo R2 sugieren que ambos modelos tienen un buen ajuste general, con valores de prob > chi2 de 0.000 que indican una alta significancia global del modelo.

Además, se observa que la presencia de hijos, la edad y el nivel de educación no tienen efectos estadísticamente significativos sobre la intención emprendedora. Aunque la actitud hacia el emprendimiento muestra una relación positiva con la intención emprendedora, este efecto no es estadísticamente significativo. Por otro lado, la norma subjetiva es un predictor fuerte y significativo ($p = 0.003$), lo que sugiere que una mayor percepción de apoyo social y normativo está asociada con una mayor probabilidad de tener intención emprendedora. Además, la autoeficacia tiene un coeficiente alto y significativo ($p = 0.000$), mostrando una fuerte relación positiva con la intención emprendedora, lo que la convierte en un predictor clave.

Por otro lado, la norma subjetiva es altamente significativa ($p = 0.001$), indicando que el apoyo social y normativo aumenta significativamente la probabilidad de tener intención emprendedora. La autoeficacia también

muestra un fuerte efecto positivo y significativo ($p = 0.000$), siendo un predictor relevante para la intención emprendedora.

Tabla 5

Modelo Logit Ordinal del Área Rural

Variable	Modelo Logit Ordinal		
	Coef.	Std. Err.	P> z
Hijos	0.361	0.175	0.039
Edad	-0.475	0.191	0.013
Nivel de Educación	-0.086	0.214	0.686
Actitud	-0.268	0.198	0.177
Norma Subjetiva	0.591	0.239	0.014
Autoeficacia Emprendedora	1.992	0.296	0.000
Lo likelihood		-127.8	
LR chi2 > chi2		121.4	
Prob > chi2		0.000	
Pseudo R2		0.322	

En la Tabla 4, se muestra los resultados obtenidos del modelo logit ordinal para el área rural. Es así que, los valores de log likelihood, LR chi2 y Pseudo R2 sugieren que ambos modelos tienen un buen ajuste general. El valor de LR chi2 es significativo (121.4, $p < 0.000$), indicando que el conjunto de variables independientes en cada modelo mejora significativamente el ajuste del modelo comparado con un modelo sin variables predictoras. El Pseudo R2 sugiere que aproximadamente el 32 % de la variabilidad en la intención emprendedora es explicada por las variables incluidas en los modelos.

Asimismo, se observa que tener hijos está asociado con una mayor probabilidad de tener intención emprendedora en el área rural, con un efecto estadísticamente significativo ($p < 0.05$). Este hallazgo sugiere que la presencia de hijos influye positivamente en la intención emprendedora. Por otro lado, la edad tiene un coeficiente negativo, indicando que, a mayor edad, menor es la probabilidad de tener intención emprendedora, y este efecto es estadísticamente significativo ($p < 0.05$). Sin embargo, el nivel de educación no muestra un impacto significativo en la intención emprendedora en el área rural ($p = 0.686$). La actitud hacia el emprendimiento tiene un coeficiente negativo, pero no es estadísticamente significativo ($p = 0.177$). La norma subjetiva, en cambio, tiene un coeficiente positivo y significativo ($p < 0.05$), indicando que una mayor percepción de apoyo social y normativo está asociada con una mayor probabilidad de intención emprendedora. Finalmente, la autoeficacia muestra un coeficiente significativo ($p < 0.01$), sugiriendo que la confianza en las propias habilidades es un predictor extremadamente fuerte de la intención emprendedora en el área rural.

Por tanto, se destaca a la norma subjetiva y la autoeficacia como predictores significativos de la intención emprendedora en el área rural. Además, la edad

tiene un efecto negativo significativo, mientras que tener hijos tiene un efecto positivo significativo sobre la intención emprendedora.

Comparación de las variables entre el área urbana y el 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, en el modelo Logit.

Por otra parte, se observó que existen variables no significativas, tales como el nivel de educación y actitud, los 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 que influyen en la variable dependiente. Por el contrario, dentro de las diferencias, el efecto de los hijos es positivo y significativo en el área rural, mientras que en el área urbana es negativo, pero no significativo en el modelo Logit.

Los modelos en el área urbana tienen un mejor ajuste general (mayor Pseudo R²) en comparación con el área rural.

Tabla 6

Modelo Logit ordinal en áreas de Cantón Riobamba

Modelo	Logit ordinal	
	Área Urbana	Área Rural
Pseudo R ²	0.5095	0.3220
LR chi ²	411.31	121.44

Al comparar ambos modelos en los contextos urbano y rural, el modelo Logit Ordinal se considera el más adecuado para la investigación. Esto se debe a que proporciona un buen ajuste, facilita la interpretación directa de los coeficientes en términos de cambios en las probabilidades y es capaz de manejar variables dependientes ordinales, que coinciden con la naturaleza de los datos recolectados. Además, el modelo ofrece un mejor ajuste (Pseudo R²) y facilita la comprensión de los efectos de las variables predictoras sobre la intención emprendedora en ambas áreas.

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 4

Efectos marginales del área urbana el área rural del Cantón Riobamba

VARIABLES	Coefficiente Urbano	Error estándar Urbano	p-valor Urbano	Coefficiente Rural	Error estándar Rural	p-valor Rural
Edad	-0.021	0.019	0.48	-0.089	0.031	0.02**
Nivel de educación	-0.163	0.189	0.39	-0.077	0.073	0.28
Hijos	-0.019	0.014	0.09*	0.026	0.035	0.08*
Actitud retos	0.011	0.035	0.75	-0.015	0.060	0.02**
Actitud empleo	0.007	0.043	0.87	0.00	0.051	0.84
Actitud innovación	0.038	0.056	0.50	0.124	0.069	0.02**
Actitud ingresos	-0.073	0.064	0.07*	-0.049	0.044	0.04**
Actitud riesgos	0.057	0.054	0.29	-0.093	0.055	0.04**
Norma Subjetiva familiares	0.050	0.040	0.21	-0.081	0.073	0.03**
Norma Subjetiva amigos	-0.088	0.064	0.04**	0.121	0.053	0.02**
Norma Subjetiva colegas	0.119	0.067	0.03**	0.069	0.069	0.08*
Autoeficacia negocio	-0.119	0.053	0.00***	0.070	0.089	0.04**
Autoeficacia control	0.001	0.062	0.00***	0.136	0.060	0.00***
Autoeficacia relaciones	0.026	0.063	0.61	-0.126	0.082	0.62
Autoeficacia reconocer	0.028	0.073	0.68	0.101	0.061	0.00***
Autoeficacia capital	0.282	0.100	0.00***	0.040	0.063	0.07*n.

Nota. Los asteriscos indican niveles de significancia estadística: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$.

Los efectos marginales estimados permiten comprender cómo las diferentes variables influyen en la probabilidad de emprender en contextos urbanos y rurales. A partir de la tabla de resultados, se identifican diferencias clave en los factores que inciden en la decisión de emprender en cada área. En ambas zonas, las normas subjetivas de familiares y amigos tienen un impacto significativo en la intención emprendedora ($p < 0.05$), lo que resalta la importancia del entorno social en la decisión de emprender. No obstante, la norma subjetiva de los colegas solo es significativa en el área urbana ($p < 0.05$), lo que sugiere que en este contexto la percepción del entorno profesional puede influir más en la decisión de emprender en comparación con el área rural.

Respecto a la edad, en la zona rural se evidencia una relación negativa y significativa ($p < 0.05$), lo que sugiere que a medida que aumenta la edad, la probabilidad de emprender disminuye. En contraste, en el área urbana, aunque el coeficiente también es negativo, el efecto no es estadísticamente significativo, lo que indica que la edad no tiene un impacto relevante en la decisión de emprender en este contexto.

En cuanto al nivel educativo, los resultados muestran que esta variable no es significativa en ninguna de las dos zonas, lo que implica que su efecto marginal en la probabilidad de emprender no es concluyente. Esto refuerza la idea de que el emprendimiento en ambos contextos puede estar más relacionado con factores como el entorno social, la autoeficacia y las oportunidades percibidas en lugar del nivel de educación formal alcanzado.

Por otro lado, la variable "hijos" muestra un efecto positivo y significativo en la zona rural ($p < 0.10$), lo que sugiere que tener hijos puede aumentar la probabilidad de emprender, posiblemente como un mecanismo de generación de ingresos ante la falta de oportunidades de empleo formal. En la zona urbana, este efecto no es significativo, indicando que la presencia de hijos no tiene un impacto claro en la decisión de emprender en este contexto.

En relación con las actitudes hacia el emprendimiento, en el área rural se observa que la actitud hacia los retos y la innovación tienen un efecto positivo y significativo en la probabilidad de emprender ($p < 0.05$), lo que resalta la importancia de la disposición a asumir riesgos e innovar en entornos con menor desarrollo empresarial. En el área urbana, estas variables no resultan significativas, lo que sugiere que otros factores pueden desempeñar un rol más relevante en la decisión de emprender en la ciudad.

En cuanto a la autoeficacia, los resultados muestran que la confianza en la capacidad para emprender tiene un efecto significativo en ambas zonas. En particular, la autoeficacia relacionada con el negocio y el control tiene un impacto positivo y altamente significativo ($p < 0.01$) tanto en la zona urbana como en la rural. Esto indica que la percepción de capacidad para gestionar un negocio es un factor clave para la decisión de emprender en ambos contextos.

Finalmente, la autoeficacia en el reconocimiento de oportunidades es significativa solo en la zona rural ($p < 0.01$), lo que sugiere que en este contexto, la capacidad para identificar oportunidades puede ser un factor crucial para la decisión de emprender, dada la menor disponibilidad de opciones de empleo formal.

DISCUSIÓN

La intención emprendedora, tanto en áreas urbanas como rurales, está significativamente influenciada por variables psicosociales como la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora. Estos factores son consistentes con hallazgos previos que destacan el apoyo social y la autoconfianza como pilares fundamentales para el emprendimiento, particularmente en contextos con recursos limitados (Ajzen, 1991). En áreas rurales, estas variables adquieren una relevancia especial debido a las barreras estructurales y culturales que

enfrentan las mujeres, como el acceso limitado a financiamiento y la falta de redes de apoyo efectivas. Este estudio confirma que la percepción de apoyo social y la autoconfianza son determinantes igualmente críticos que el acceso al capital, particularmente en regiones menos desarrolladas (Estrin et al., 2016).

Las mujeres rurales enfrentan desafíos adicionales, como la falta de infraestructura financiera y las restricciones impuestas por normas sociales tradicionales, que limitan su participación activa en actividades emprendedoras. Estudios como el de Minniti y Naudé (2010) señalan que las expectativas de género en áreas rurales suelen reforzar roles domésticos tradicionales, restringiendo el tiempo y los recursos que las mujeres pueden dedicar a sus proyectos. Sin embargo, se encontró que la presencia de hijos influye positivamente en la intención emprendedora en zonas rurales, posiblemente porque el emprendimiento se percibe como una vía para lograr estabilidad financiera y flexibilidad laboral, en línea con lo reportado por De Vita et al. (2014).

El nivel educativo no muestra un impacto estadísticamente significativo en la intención emprendedora, tanto en zonas urbanas como rurales. Si bien en los resultados se observa una relación inversa entre educación y emprendimiento, esta no es concluyente, lo que sugiere que factores adicionales pueden influir en la decisión de emprender. En este sentido, aunque estudios previos como el de Kelley et al. (2017) plantean que mejorar la educación en áreas rurales podría incrementar las tasas de emprendimiento femenino, los hallazgos de este estudio no permiten afirmar con certeza que la educación desempeñe un papel determinante en la decisión de emprender.

Además, las redes de apoyo, que son más sólidas y accesibles en áreas urbanas, proporcionan recursos financieros, asesoramiento y oportunidades de networking que impulsan el emprendimiento femenino. Sin embargo, las mujeres rurales suelen depender de redes informales, lo que limita sus oportunidades de crecimiento (Brush et al., 2009). El fortalecimiento de redes de apoyo institucional en áreas rurales podría ayudar a mitigar estas desigualdades.

El acceso a tecnologías de la información y la comunicación (TIC) representa una de las disparidades más críticas entre mujeres urbanas y rurales. Mientras que las mujeres urbanas utilizan las TIC para gestionar y expandir sus emprendimientos, las mujeres rurales carecen de estas herramientas, lo que restringe su capacidad para acceder a mercados más amplios y competitivos. Según Heeks (2017), la brecha digital no solo limita las oportunidades económicas, sino que también perpetúa las desigualdades de género en términos de acceso a información y recursos. Abordar esta brecha es esencial para empoderar a las mujeres rurales y fomentar un entorno emprendedor más inclusivo.

La intención emprendedora femenina responde a una combinación de factores personales, sociales y estructurales que difieren según el contexto urbano o rural. Los hallazgos de este estudio evidencian la necesidad de formular políticas públicas diferenciadas que atiendan las barreras específicas de cada

entorno. En las zonas rurales, las estrategias deben orientarse a mejorar el acceso a financiamiento, fortalecer las redes de apoyo institucional y reducir la brecha digital. En contraste, en áreas urbanas, las políticas deben centrarse en fomentar emprendimientos innovadores, aprovechando las ventajas relativas en educación y acceso a mercados diversificados. No obstante, se reconoce como limitación del estudio la exclusión de variables como el acceso a tecnologías digitales, la experiencia laboral previa y la participación en programas de capacitación, las cuales podrían enriquecer el análisis de la intención emprendedora. Estas omisiones abren una línea de investigación futura orientada a comprender con mayor profundidad los determinantes contextuales del emprendimiento femenino.

CONCLUSIONES

El estudio muestra diferencias significativas en los factores que influyen en la intención emprendedora femenina en áreas urbanas y rurales del cantón Riobamba. En el área urbana, la intención de emprender es más alta y está impulsada por un entorno favorable con mayor acceso a recursos, redes de apoyo y una percepción elevada de autoeficacia. En contraste, en la zona rural, las mujeres enfrentan barreras estructurales como acceso limitado a financiamiento e infraestructura, además de normas culturales que restringen su participación en el emprendimiento.

En las zonas urbanas la norma subjetiva de los colegas y la autoeficacia en la gestión del negocio tienen un impacto significativo en la intención de emprender. En cambio, en las zonas rurales, la actitud hacia la innovación, la autoeficacia en el reconocimiento de oportunidades y la cantidad de hijos emergen como factores clave. Esto sugiere que, en contextos rurales, el emprendimiento se percibe como una alternativa ante la falta de empleo formal, mientras que en áreas urbanas puede estar más vinculado con aspiraciones de crecimiento y diversificación empresarial.

Estos hallazgos muestran la importancia de diseñar políticas públicas diferenciadas para promover el emprendimiento femenino. En las zonas urbanas, es fundamental fortalecer el acceso a financiamiento e incentivar la innovación, mientras que en las zonas rurales se requiere mejorar la capacitación, facilitar el acceso a recursos y fortalecer las redes de apoyo. Además, la relación entre maternidad y emprendimiento varía según el contexto, lo que sugiere la necesidad de estrategias específicas para conciliar el rol familiar con el desarrollo empresarial.

En conclusión, la intención emprendedora en Riobamba está determinada por factores que varían según el entorno urbano o rural. Implementar políticas adaptadas a cada contexto permitirá crear un ecosistema emprendedor más inclusivo y sostenible, contribuyendo al empoderamiento económico de las mujeres y al desarrollo local.

Rol de contribución

María Gonzáles-Bautista: Conceptualización, análisis formal, investigación, escritura–borrador original, escritura–revisión y edición, visualización, supervisión, administración del proyecto.

Francisco Garzón: Conceptualización, análisis formal, investigación, escritura–borrador original, escritura revisión y edición, recursos, visualización

Paulina Plaza: Escritura –revisión y edición, recursos, visualización.

REFERENCIAS

- Agresti, A. (2002). Unconditional small-sample confidence intervals for the odds ratio. *Biostatistics*, 3(3), 379–386.
<https://doi.org/10.1093/biostatistics/3.3.379>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261–277.
<https://doi.org/10.1037/h0076477>
- Al-Kwafi, O. S., & Kamaruddeen, T. K. (2020). Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 25(1), 1-19.
<https://doi.org/10.1080/15475778.2019.1682769>
- Alene, E. T. (2020). Determinants that influence the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-20.
<https://doi.org/10.1186/s13731-020-00132-6>
- Amaya, A.; Samaniego, A.; Lasio, M.V. (2023). Oportunidades y Desafíos del Ecosistema de Emprendimiento Femenino en Ecuador. ESPAE-ESPOL.
<https://www.espae.edu.ec/investigacion/publicaciones/oportunidades-y-desafios-del-ecosistema-de-emprendimiento-femenino-en-ecuador/>
- Amaya, C. (2023). Oportunidades y desafíos del ecosistema de emprendimiento femenino. ESPAE. <https://www.espae.edu.ec/adriana-amaya-publicaciones/oportunidades-y-desafios-del-ecosistema-de-emprendimiento-femenino/>
- Armitage, C. J. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499.
<https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Libertun de Duren, N. R., Hernández, C., & Acosta M., M. E. (2021). *Estudio sobre la brecha de género en el acceso al mercado hipotecario de Ecuador*. BID. <https://doi.org/10.18235/0003312>
- Bosma, N., & Kelley, D. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report*. GEM Consortium.
<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2020-2021-global-report>

- Brush, C. G., De Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>
- Contreras, P. (2020). Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable. *Revista Espacios*, 41(31), 18. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/20413118.html>
- 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. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 35(2), 115-126. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80511492008.pdf>
- De Vita, L., Mari, M., & Poggese, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 449-467. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.05.003>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2020). *The Center for Women's Leadership at Babson College*. GEM Consortium. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2007-report-on-women-and-entrepreneurship-summary>
- González, B. V. A., Vargas, S. M. Z., & Pineda, M. S. (2017). Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia. *Criterio Libre*, 15(26), 215-236. <http://hdl.handle.net/10901/13866>
- Goyal, P., & Yadav, V. (2014). To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country? *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 2(2), 68-78. <https://addletonacademicpublishers.com/contents-pihrm/255-volume-2-2-2014/2309-to-be-or-not-to-be-a-woman-entrepreneur-in-a-developing-country>
- Greene, W. H. (2012). *Econometric Analysis*. Pearson Education
- Hallward-Driemeier, M. (2017). *Women, Business and the Law*. World Bank Group. <https://wbl.worldbank.org/en/wbl>
- Heeks, R. (2017). *Information and Communication Technology for Development (ICT4D)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315652603>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Jurado Paz, I. M. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *Económicas CUC*, 43(1), 257-280. <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.7>

- Kelley, D. J. (2020). *Oportunidades y desafíos del emprendimiento femenino en Ecuador*. ESPAE. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2023/01/emprendimiento_femenino_ecuador.pdf
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor 2016/17 Global Report*. GEM Consortium. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2016-2017-global-report>
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales*. McGraw-Hill.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 55, 1-14. <https://doi.org/10.14349/rlp.2023.v55.14>
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31(3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Mendoza Aranzamendi, J. A., Pinto Villar, Y. M., & Galvez Marquina, M. C. (2021). Peruana del bicentenario: promotora del emprendimiento en tiempos de crisis. *Comuni@cción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 12(4), 332-342. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.586>
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? *The European Journal of Development Research*, 22, 277-293. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.17>
- Mirchandani, K. (2002). Feminist insight on gendered work: new directions in research on women and entrepreneurship. *Gender, Work & Organization*, 6(4), 224-235. <https://doi.org/10.1111/1468-0432.00085>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2018). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Shucksmith, M., Cameron, S., Merridew, T., & Pichler, F. (2009). Urban–Rural Differences in Quality of Life across the European Union. *Regional Studies*, 43(10), 1275–1289. <https://doi.org/10.1080/00343400802378750>

- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de investigación científica*. Limusa.
- Urbano L, C.J; Paz C, Y; Espinosa E, M.T & Maceda M, A. (2018). Impulso a emprendimientos productivos de mujeres rurales. *NOVUM*, (8), 164- 190
<https://www.redalyc.org/journal/5713/571360729010/html/>
- Valdiviezo, G. (2020). *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. Repositorio Institucional Uladech Católica.
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/18447>
- Villarreal, F. G. (2017). *La inclusión financiera de pequeños productores rurales*. CEPAL. <https://hdl.handle.net/11362/42121>