



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista

Tema:

“Análisis de los factores socioeconómicos en los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua”

Autora: Marfetán Chicaiza, Carmen del Rocío

Tutora: Ing. Manzano Martínez, María Cristina, Mg.

Ambato – Ecuador

2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. María Cristina Manzano Martínez con cédula de ciudadanía No. 180297711-4, en mi calidad de Tutora del proyecto de investigación sobre el tema: **“ANÁLISIS DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR TEXTIL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, desarrollado por Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza, de la Carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Febrero 2024

TUTORA



Ing. María Cristina Manzano Martínez, Mg.

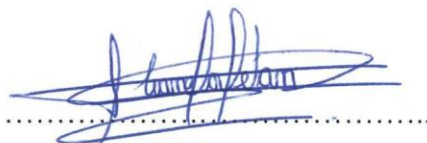
C.C. 180297711-4

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza con cédula de ciudadanía No. 1850081504, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“ANÁLISIS DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR TEXTIL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Febrero 2024

AUTORA



Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza

C.C. 185008150-4

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Febrero 2024

AUTORA



Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza

C.C. 185008150-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: “ANÁLISIS DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR TEXTIL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, elaborado por Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Febrero 2024



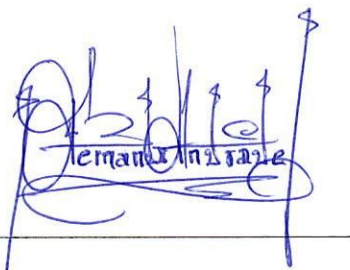
Dra. Alexandra Tatiana Valle, Ph. D.

PRESIDENTE



Econ. Anderson Argothy, Ph. D.

MIEMBRO CALIFICADOR



Econ. Fernando Andrade, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

*Mi tesis la dedico con todo mi amor y
cariño; a ti buen Dios que me diste la
oportunidad de vivir y de regalarme
una familia maravillosa.*

*A mis padres Mercedes y Gonzalo
quienes han estado conmigo en todo
momento, a mi familia por ser el mejor
ejemplo de perseverancia, firmeza
y superación.*

*A Christian quien me acompañó en este
camino, con su amor incondicional y
apoyo constante.*

*Finalmente, a todos mis amigos y
familiares por su incondicional apoyo
en esta etapa de mi vida.*

Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza

AGRADECIMIENTO

*Un agradecimiento profundo a la Universidad
Técnica de Ambato por haberme permitido
alcanzar mi título universitario en tan
flamante institución.*

*A cada uno de mis maestros y en especial
a la Ing. María Cristina Manzano por haber
sido la guía en esta tesis.*

*A mis amigas Sofía y Estefanía quienes
han hecho de esta travesía un camino inolvidable,
a todos mis amigos y familiares que con su amor
siempre me motivaron a luchar por mis sueños.*

Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PÁGINA
A. PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DEL AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
B. CONTENIDO	
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Justificación.....	5
1.2.1 Justificación teórica, metodológica (vialidad) y práctica.....	5
1.2.2. Formulación del problema de investigación	8
1.3 Objetivos	8
1.3.1 Objetivo general	8
1.3.2 Objetivos específicos	8
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO	10

2.1 Revisión de literatura	10
2.1.1 Antecedentes investigativos	10
2.1.2 Fundamentos teóricos.....	14
Teorías del emprendimiento.....	14
Emprendimiento.....	16
Emprendedor.....	17
Tipos de emprendimiento.....	18
Fases del emprendimiento.....	19
Sector textil	19
Producción.....	20
Área financiera	20
Recursos humanos.....	20
Ventas.....	21
Innovación.....	21
Factores socioeconómicos.....	21
Género	22
Nivel de instrucción	24
Ingresos-Financiamiento	24
2.2. Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación.....	25
CAPÍTULO III.....	26
METODOLOGÍA	26
3.1 Recolección de la información.....	26
3.4 Tratamiento de la información.....	28
CAPÍTULO IV	34
RESULTADOS.....	34
4.1 Resultados y discusión	34
Cumplimiento del objetivo 1.....	34

Cumplimento del objetivo 2.....	46
CAPÍTULO V.....	56
5.1 Conclusiones	56
5.2 Limitaciones del estudio.....	56
5.3 Futuras líneas de investigación	57
C. MATERIAL DE REFERENCIA	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Tipos de Emprendimiento	18
Tabla No. 2 Tasas de interés afectivas referenciales vigentes para el sector financiero privado, público y, popular y solidario.	25
Tabla No. 3 Codificación variable dependiente	30
Tabla No. 4 Rangos de la variable independiente	30
Tabla No. 5 Operacionalización variable dependiente.....	32
Tabla No. 6 Operacionalización de las variables independientes	33
Tabla No. 7 Rango de ingresos de los emprendimientos textiles.....	36
Tabla No. 8 Tabla de frecuencia respecto al género de los emprendedores.....	37
Tabla No. 9 Tabla de frecuencia respecto al nivel de instrucción formal de los emprendedores	38
Tabla No. 10 Tabla de frecuencia de la edad de los emprendedores	39
Tabla No. 11 Financiamiento de los emprendimientos textiles	40
Tabla No. 12 Tablas cruzada entre la edad de los emprendedores y el nivel de ingresos anuales de los emprendimientos textiles.....	43
Tabla No. 13 Tabla cruzada entre el género del emprendedor y el nivel de ingresos anuales de los emprendimientos textiles	44
Tabla No. 14 Tabla cruzada entre el nivel de instrucción del emprendedor y los ingresos anuales de los emprendimientos textiles.....	45
Tabla No. 15 Resultados modelo econométrico de mínimo cuadrados ordinarios (MCO).....	46
Tabla No. 16 Estadísticas de ajuste del modelo	47
Tabla No. 17 Contraste de RESET test	48
Tabla No. 18 Prueba de autocorrelación Durbin-Watson	49
Tabla No. 19 Prueba de Breusch-Pagan.....	50
Tabla No. 20 Prueba de Jarque-Bera.....	51
Tabla No. 21 Supuesto de no colinealidad.....	52
Tabla No. 22 Verificación de la variable género.....	54
Tabla No. 23 Verificación de la hipótesis de la variable edad	55
Tabla No. 24 Verificación de la hipótesis de la variable instrucción formal	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Emprendimientos textiles en la provincia de Tungurahua.....	35
Figura No. 2 Número de trabajadores emprendimientos textiles.....	41
Figura No. 3 Conformación de los emprendimientos textiles.....	42
Figura No. 4 Supuesto de Linealidad.....	49
Figura No. 5 Supuesto de Homocedasticidad	51
Figura No. 6 Histograma de residuos	52

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA: "ANÁLISIS DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR TEXTIL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ".

AUTORA: Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza

TUTORA: Ing. María Cristina Manzano Martínez, Mg.

FECHA: Febrero 2024

RESUMEN EJECUTIVO

En Tungurahua los emprendimientos textiles, representan el segundo sector manufacturero más importante del país, desempeñan un papel crucial en la economía como medio vital de sustento para las familias tungurahuenses. Por tanto, el propósito del estudio es determinar la incidencia de los factores socioeconómicos en el nivel de ventas de los emprendimientos textiles, los datos fueron recolectados desde el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, se trata de una investigación basada en fuentes secundarias, se recolectó datos de 139 emprendimientos textiles en los nueve cantones de la provincia, se basa en una investigación de carácter documental, temporalmente transversal puesto que su análisis se centra en el año 2021, de tal manera se usó un muestro no probabilístico, para la recepción de los datos se diseñó una ficha de registros secundarios, por otro lado, para el tratamiento de la información se apoyó en el software SPSS versión 22 y Rstudio, donde el primer apartado se trata de un análisis descriptivo de la realidad de los emprendimientos textiles en la provincia, en cuestión de género, edad y nivel de instrucción mediante tablas de frecuencia. Finalmente, en lo que respecta al análisis explicativo, la aplicación de un modelo econométrico de mínimo cuadrados ordinarios (MCO) donde la variable dependiente del modelo es el ingreso de venta anual de los emprendimientos, cuyo rango se encuentra entre menos de \$3.000 hasta \$5.0000 anuales, respecto a las actividades textiles realizadas en la provincia. Se concluye que los factores socioeconómicos de los emprendedores como la edad, género y nivel de instrucción resultan significativos en el nivel de ingresos anuales en los emprendimientos textiles.

PALABRAS DESCRIPTORAS: INGRESOS, EDAD, GÉNERO, EDUCACIÓN, TEXTIL.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ECONOMICS CAREER

TOPIC: “ANALYSIS OF THE SOCIOECONOMIC FACTORS OF THE TEXTILE SECTOR ENTERPRISES IN THE PROVINCE OF TUNGURAHUA”

AUTHOR: Carmen del Rocío Marfetán Chicaiza

TUTOR: Ing. María Cristina Manzano Martínez, Mg.

DATE: February 2024

ABSTRACT

In Tungurahua, textile enterprises represent the second most important manufacturing sector in the country and play a crucial role in the economy as a vital means of sustenance for Tungurahua's families. Therefore, the purpose of the study is to determine the incidence of socioeconomic factors on the level of sales of textile enterprises, the data were collected from the Honorable Provincial Government of Tungurahua, it is a research based on secondary sources, data were collected from 139 textile enterprises in the nine cantons of the province, it is based on a documentary research, temporally transversal since its analysis is focused on the year 2021, In this way a non-probabilistic sample was used, for the reception of the data a secondary records card was designed, on the other hand, for the treatment of the information it was supported by the software SPSS version 22 and RStudio, where the first section is a descriptive analysis of the reality of the textile enterprises in the province, in terms of gender, age and level of education by means of frequency tables. Finally, about the explanatory analysis, the application of an econometric model of ordinary least squares (OLS) where the dependent variable of the model is the annual sales income of the enterprises, whose range is between less than \$3,000 and \$5,000 per year, with respect to the textile activities carried out in the province. It is concluded that the socioeconomic factors of the entrepreneurs such as age, gender and education level are significant in the level of annual income of the textile enterprises.

KEYWORDS: INCOME, AGE, GENDER, EDUCATION, TEXTILE.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción del problema

Durante los últimos años, el emprendimiento dentro del sector textil se constituye en un componente vital para el crecimiento de esta industria y para la creación de ideas innovadoras que fortalecen la competitividad en el mercado. Esto es de gran relevancia para la economía, puesto que representa el segundo sector manufacturero más importante en la generación de ingresos en el país. Sin embargo, dentro de este campo la situación económica de estos negocios y el nivel de ventas anuales se ve fuertemente influenciado por los factores socioeconómicos de los emprendedores, los cuales desencadenan un papel crucial dentro de un entorno evolutivo y en constante cambio (Arroba Freire et al., 2022).

En países desarrollados se observa mayor actividad emprendedora en comparación con países subdesarrollados. En la opinión de Xu et al. (2021) dentro de la economía latinoamericana en los últimos años existieron grandes esfuerzos por promover los niveles de emprendimiento, debido al papel primordial que desempeñan en la economía, por lo que se vio necesaria la aplicación de políticas crediticias, planes de reducción en los impuestos y capacitación accesible para las personas que deciden empezar sus propios negocios. Bajo este escenario, se evidencia que no se ha puesto un énfasis en reforzar las condiciones socioeconómicas de los emprendedores por medio de políticas que vayan de la mano del crecimiento de sus negocios y la mejora de sus condiciones de vida.

En este sentido, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), menciona que a partir del año 2021, los emprendimientos se constituyeron en uno de los sectores más golpeados a raíz de la pandemia del COVID-19, lo que generó un impacto negativo en el sector textil, la reducción paulatina de las ventas se constituyó en el principal desafío para los emprendedores, obligándolos a implementar estrategias innovadoras, lo que significó un reto para aquellos emprendedores de edad avanzada, que no se encontraban inmersos en el mundo tecnológico para impulsar sus negocios

dentro del e-commerce, dado que fue la única manera de tener relación con los clientes, es por ello, que la mayoría se vio forzado a disminuir la producción y en los peores casos al cierre de sus negocios, lo que resultó casi imposible conseguir oportunidades de crecimiento (Duana Ávila et al., 2021). Por ello, se tuvo que suspender la producción en un aproximado del 82% del sector, además, más de 17.000 emprendimientos dedicados a la confección textil alrededor del mundo cerraron hasta finales del año 2020, evidenciando el decaimiento empresarial y la baja rentabilidad, a inicios del 2021 con la inserción de prendas de vestir con protección antibacterial y sellos de bioseguridad de un -11.3% en el 2020 se pasó a un 4.7% % en ingresos por ventas en dicha industria hasta finales del año 2021, lo que significó una leve recuperación de este sector en la economía (Strawser et al., 2021).

Según el Informe del Mercado Textil de América Latina, la mayor participación de emprendimientos e industrias textiles se encuentran en Perú, Brasil y Colombia, siendo Perú el mayor productor de ropa, materias primas y fibras, juntamente con la producción de algodón orgánico (Ayob, 2021). Sin embargo, presenta serios problemas en el manejo de sus operaciones productivas; incesantes incumplimientos en las entregas, desabastecimiento de recursos e incremento de costos, esto debido a la falta de planificación y control de producción, la cual se convirtió en la causa principal en el cierre de negocios y salidas del mercado, por tal motivo, los emprendedores se vieron obligados a implementar medidas óptimas y más eficientes, cuyo resultado se reflejó en el nivel de educación del emprendedor y en la capacitación constante por ser más competitivos en el mercado, esto permitió crecer sus ventas en un 4.2% en el año 2022 en comparación con el año 2021 (Peña-Asenjo et al., 2022).

Actualmente, los emprendimientos textiles en América Latina presentan un leve crecimiento. Así lo afirma Shahid et al. (2023) al asegurar que, pese a la desaceleración económica y a la inflación, en los emprendimientos de dicho sector se evidencia un crecimiento de entre el 2% y un 4% en lo que va del año. Es decir, los emprendedores se han adaptado a un mundo globalizado, siendo más competitivos e innovadores pese a las barreras que presentan en sus factores socioeconómicos.

En el caso de Ecuador, el mayor número de emprendimientos textiles se encuentran ubicados en las provincias de Pichincha, Guayas, Tungurahua, Azuay e Imbabura, las

cuales han desarrollado un trabajo impecable respecto a los requerimientos del consumidor final. No obstante, el sector textil dentro de sus factores socioeconómicos presenta un grave problema en su nómina para el año 2021, puesto que de aproximadamente 40.666 trabajadores se redujo a 30.545, esto significó una reducción del 25% con una amplia brecha de género y una baja empleabilidad, lo que produjo desempleo e informalidad, esto repercutió en los niveles de ventas, dado que en el año 2020 se redujeron de -36% hasta -40%, esto se dio porque las personas dejaron de comprar prendas de vestir y la prioridad fue el cuidado de su salud, en referencia a esto tuvieron una caída del -19% de importaciones en productos textiles (materias primas) para llevar a cabo las actividades dentro de los emprendimientos (Analuisa et al., 2020).

Según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) (Salazar-Fonseca & Jiménez-Castro, 2022) menciona que en el año 2021 este sector registró una caída de al menos un 45%, cifra negativa histórica, sin embargo, a finales del mismo año vio una luz al final de túnel con la bioseguridad, tanto en el año 2020 como 2021 este sector registró pérdidas de aproximadamente 65% del total de sus ventas, ocasionando iliquidez; por consiguiente, las empresas de menor tamaño como los emprendimientos fueron los más vulnerables, la falta de acceso a préstamos para reincorporar sus actividades laborales condujo a un declive en el mercado en este sector, dejando a varias familias en la pobreza y en el desempleo. Bajo este contexto, es importante recalcar las consecuencias que dejó la pandemia, puesto que la misma puso a flote las condiciones socioeconómicas de los emprendedores en la resiliencia de sus negocios.

Corroborando con Ludeña-Pérez et al. (2022) manifiesta que para el año 2022 los emprendimientos del sector textil han evidenciado una recuperación del 26% en su nivel de ventas en comparación con el año 2021, lo que da entender que los emprendedores ecuatorianos también se suman a la innovación en sus procesos productivos. Bajo este escenario, se espera que para el año 2023 la recuperación sea mucho más evidente, de tal manera que los emprendedores tomen decisiones acertadas y se incentive a más ecuatorianos a ser jefes de sus propios negocios y que mejor, ser generadores de empleo.

En Tungurahua los emprendimientos se enfocan principalmente en actividades del sector primario, como son: agricultura, ganadería y pesca con un 40,71%, seguido de la participación del sector manufacturero con el 33,51% en el que se encuentra inmerso el sector textil, cuya actividad se enfoca en el procesamiento de materias primas y el sector de servicios con un 2,09% de participación en el mercado (Romero-Ibáñez et al., 2021). Según datos de la Asociación de Confeccionistas Textiles (Acontex) el 36% de prendas de vestir resulta de pequeños, medianos y grandes emprendimientos, así también de artesanos y microempresas ubicadas en dicha provincia, lo que la ha convertido en la mayor ofertante de prendas textiles a nivel del país, donde tan solo el 5% de su producción se posesiona en el mercado local, mientras que el 95% restante se lo distribuye al resto del país, sus principales prendas son: jeans, ropa interior, camisas, chompas y uniformes confeccionados desde pequeños talleres de emprendedores tungurahueses (Molina Arcos et al., 2022).

En Tungurahua según la CIT- Cámara de Industrias de Tungurahua en la provincia se genera aproximadamente el 36% de la producción textil nacional por medio de una cadena productiva tanto de proveedores de insumos y prestación de servicios, quienes forman parte del clúster textil y de confecciones, sin embargo, para el 2021 se vislumbró un leve crecimiento en 521,40 millones de dólares de enero a octubre de ese año lo que significa un 41% de crecimiento en dicha industria. Según del Ministerio de Economía Popular y Solidaria los emprendimientos en Tungurahua están liderados por mujeres, donde de cada 100 mujeres emprendedoras, al menos 29 son cabezas de hogar y únicas generadoras de ingresos. Frente a ello, (ESPAE, 2023) destaca que las mujeres enfrentan mayores barreras para implementar sus propios negocios, la limitación en el acceso a créditos, la ausencia de políticas públicas de apoyo y mentoría, la falta de acceso a recursos y tecnología. Estas barreras pueden ser un limitante frente al desarrollo y crecimiento de sus negocios, sin embargo, sus responsabilidades familiares las impide trabajar en horarios fijos o dedicar todo su tiempo a un empleo, lo que las lleva a buscar opciones de emprendimiento que les permita conciliar su vida laboral y familiar (Davidsson & Sufyan, 2023).

Actualmente, según el Gobierno Provincial de Tungurahua a partir del presente año se desarrollan proyectos que permiten fortalecer las capacidades y la autoeducación de los emprendedores, de los cuales el 44% se han sumado a este proyecto, el mismo que

ha surgido en respuesta a la preocupación de las autoridades, al ver cada día más emprendimientos afectados por la falta de conocimiento en las cadenas productivas para sobrellevar sus negocios; costos de producción, procesos productivos innovadores, comercialización bajo estrategias de marketing digital, en el sector textil se busca la creación de nuevas prendas de vestir que permitan la reinserción económica, y de esta manera contribuir al desarrollo y crecimiento de sus medios de vida, apoyo constante a aquellos emprendedores de avanzada de edad que no consiguen empleo y buscan la manera de generar ingresos, a las madres solteras que sus hijos se han constituido en un impedimento en empresas públicas y privadas. Bajo este sentido, se busca la reactivación económica mediante el apoyo de diferentes instituciones que ayuden a dinamizar la economía en la provincia y en el país en general (Romero-Ibáñez et al., 2021).

1.2 Justificación

1.2.1 Justificación teórica, metodológica (vialidad) y práctica

La presente investigación se centra en establecer un análisis de los factores socioeconómicos en los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua. Bajo este contexto, los principales factores socioeconómicos de los emprendedores se reúnen en aspectos como edad, género y nivel de instrucción, de esta manera evidenciar la relación con los ingresos anuales de los emprendimientos textiles en la provincia (Sieg et al., 2023). Es decir, se efectuará un sondeo de las causas, efectos y nuevas estrategias o acciones a implementar luego del respectivo análisis, servirá además para que las entidades del sector textil verifiquen sus estados actuales, conozcan sus riesgos y tomen acertadas decisiones para continuar en el mercado, se cuenta con información relevante del Honorable Consejo Provincial, como actor del emprendimiento en la provincia. En efecto, en el país son pocos los estudios que se han realizado sobre la incidencia de factores socioeconómicos en los emprendimientos de dicho sector, y específicamente en la provincia de Tungurahua, no existe evidencia de investigaciones relacionadas con el tema actualmente.

En este sentido, el presente estudio se basa principalmente en la teoría del capital humano, propuesta por Becker y Mincer en 1960, quienes mencionan que invertir en capital humano, influye en la productividad y en los ingresos que generan los negocios,

de tal manera que permita alcanzar el éxito (Ferreto Gutiérrez et al., 2018). Según un estudio realizado por Sastre (2013) el éxito de los emprendimientos puede ser medido por los ingresos correspondientes a las ventas de sus productos. Por consiguiente, el censo realizado a los emprendedores por el Honorable Consejo Provincial de Tungurahua destaca que el 38% de los emprendimientos cuentan con un ingreso anual menor a \$3.000 y sus propietarios son los menos preparados académicamente, esto refleja una relación directa entre el nivel de instrucción formal y los ingresos por venta de los productos, también se fundamenta en la teoría de los recursos y las capacidades, la misma que estudia como los emprendimientos y empresas tienden a crecer, estancarse o a caer en un fracaso de acuerdo a los recursos y las capacidades con las que cuenta, siendo el más importante el recurso humano, puesto que permite desarrollar a las organizaciones con éxito, al potenciar los recursos intangibles y tangibles como determinantes clave de la ventaja competitiva y el rendimiento sostenible (Hortovanyi et al., 2023). Bajo este escenario, dichas teorías permiten explicar la relación de las variables, al considerar al emprendedor como el principal recurso humano del emprendimiento y a las capacidades con las que cuenta de acuerdo con el nivel de instrucción formal, edad y género, altamente significativas en el desempeño del emprendimiento (Holcombe, 2003).

Dentro del tema de estudio existen importantes aportes que permitieron entender el tema analizado y la relación que presentan las variables. Según (Alnafrah & Mouselli, 2020) en un mundo globalizado y en constante transformación, algunos emprendedores no logran alcanzar un alto nivel de ventas anuales en sus emprendimientos debido a la situación socioeconómica que atraviesa el país, sin embargo, la falta de conocimiento y la escasa aplicación de herramientas para adaptarse a transformaciones digitales y a cambios en los mercados, también se considera como una de las causas que los emprendimientos textiles generen ingresos anuales muy bajos.

Según Kibler & Laine (2023) asocia al emprendimiento como el aprovechamiento de oportunidades rentables, las cuales se llevan a cabo mediante la creación de un nuevo producto o servicio, con el fin de posesionarlo en el mercado, de tal manera que permita la satisfacción de necesidades y estimule la economía local. Bajo este escenario, el emprendimiento permite fomentar la innovación y la competencia entre

mercados tanto a nivel local como nacional, así también, generar mayor productividad y producir un impacto significativo en el crecimiento económico, una estabilidad laboral que permita la mejora de las condiciones de vida de los emprendedores.

En la opinión de Dewi (2022) los factores socioeconómicos son la combinación de cualidades, atributos o características de aspectos económicos y sociales de un individuo o población, los cuales se relacionan con el nivel de educación, prestigio, nivel cultural, nivel económico, edad y género, este término también se asocia con el índice de crecimiento de la población, insumos y nivel de fuerza laboral de los emprendimientos. Es decir, los factores socioeconómicos se vinculan con la capacidad adquisitiva que poseen los emprendedores para llevar a cabo sus negocios, la mayor parte olvida la capacitación constante en los procesos textiles, lo cual forma una barrera muy grande para acoplarse a los diversos cambios del mercado y de esta manera cumplir con los requerimientos del cliente, y es ahí cuando evidencia una caída en las ventas por la falta de innovación en sus productos (Wheadon & Duval-Couetil, 2019).

Según Peng et al. (2023), la mayoría de los emprendimientos en un 68% que hoy son resilientes ya han fracasado anteriormente, lo que radica en la mala administración del negocio, con un porcentaje del 32%, esto debido a la deficiencia de factores socioeconómicos, uno de ellos es la edad, puesto que se convierte en una barrera para la implementación de nuevos procesos productivos basados en la reinserción tecnología. Así también, la falta de acceso a financiamiento como barrera para los emprendedores con bajos ingresos, los cuales siempre son negados de préstamos por la falta de capacidad en los pagos (Gang et al., 2022).

Dentro de la justificación metodológica la investigación se basó entender las características socioeconómicas de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua durante el año 2021, para lo cual se utilizó un análisis descriptivo de los diferentes factores socioeconómicos entre la población de emprendedores de dicho sector, cuyas variables reflejan el nivel de instrucción formal, edad y género de aquellos jefes de sus propios negocios, por otro lado, se realizó un análisis econométrico, el mismo que nos permitió definir en que rango los factores socioeconómicos inciden significativamente en los ingresos anuales de los

empresarios. Por otro lado, para la revisión bibliográfica se utilizó información de revistas de alto impacto como: Scopus, Taylor&Francis, Dialnet, Redalyc, Scielo, Science Direct, libros de editoriales fiables, periódicos y páginas webs sobre temas relacionados, además, el Censo de Emprendimientos de la provincia de Tungurahua en el año 2021, en la cual existe información relevante para el presente estudio.

Dentro del apartado de la viabilidad práctica es crucial destacar que los resultados obtenidos en esta investigación serán de gran valor sobre todo para el gobierno, por medio de este antecedente se podrán generar políticas públicas puntuales que promuevan una mejora en las condiciones socioeconómicas de la población, así también en la toma de decisiones firmes y acertadas, y por tanto impulsar la generación de más emprendimientos en todos los sectores económicos de la provincia.

La presente investigación formará parte del proyecto de investigación titulado “Modelo teórico-metodológico para el análisis de ecosistemas de innovación locales y aplicación en la provincia de Tungurahua” aprobado el 16 de junio de 2022 mediante la resolución CONIN-P-227-2020, por lo que esta investigación cuenta con la viabilidad para su desarrollo.

1.2.2. Formulación del problema de investigación

¿Cómo los factores socioeconómicos inciden en los ingresos anuales de los emprendimientos del sector textil en Tungurahua?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar los factores socioeconómicos que influyen en los emprendimientos del sector textil con relación a los ingresos anuales que generan por la venta de sus productos en la provincia de Tungurahua durante el año 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

- Describir los factores socioeconómicos en los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua durante el año 2021.

- Evaluar la incidencia de los factores socioeconómicos en los emprendimientos del sector textil con relación a los ingresos anuales en la provincia de Tungurahua durante el año 2021.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de literatura

2.1.1 Antecedentes investigativos

En la economía global el emprendimiento textil se ha constituido en un ente fundamental para el desarrollo económico, productivo y social, el convertirse en jefes de sus propios negocios ha impulsado con mayor fuerza la reactivación económica, mediante la creación de nuevas plazas laborales y la interacción dinámica entre mercados nacionales e internacionales. Bajo este escenario, la fabricación de productos textiles derivados de algodón, lana, rayón, poliéster, nailon y bambú contribuyen el 9,4% al PIB mundial, por tal motivo, el presente apartado basado en investigaciones previas sobre la relación entre los factores socioeconómicos del emprendedor y el nivel de ventas anuales del emprendimiento sirvió como base sólida para evidenciar el panorama de esta industria y su evolución en el tiempo (Ramírez Torres, 2022).

Los factores socioeconómicos como edad, género, financiamiento y nivel de instrucción son determinantes en los individuos para el comportamiento empresarial y la generación de emprendimientos. En México a través de un estudio multivariante, cuantitativo, se muestra que: el emprendimiento textil en el género masculino representa el 76% y en el género femenino el 38%, es decir, los hombres son mayoritariamente empleados en dicho sector, mientras que en lo que respecta al nivel de ingresos ambos poseen ingresos medios, evidenciándose una paridad de género (Paz Calderón & Espinosa Espíndola, 2019), sin embargo, el financiamiento sigue constituyéndose en una barrera difícil de erradicar, las entidades financieras han evidenciado que los hombres poseen más capacidad de pago en comparación con las mujeres, debido a esto el financiamiento en cuestión al género femenino se ha dado por medio de préstamos a familiares o amigos, para solventar los costos de producción en sus emprendimientos (Nyakudya et al., 2018), en lo que tiene que ver con la edad la más alta está en el rango de 35 a 44 años, evidenciando que los emprendimientos liderados por jóvenes resultan ser más competitivos en el mercado, debido a la aplicación de estrategias innovadoras lo que les permite generar una ventaja

competitiva respecto a los demás, por otro lado el nivel de instrucción de los emprendedores mayoritariamente es de bachillerato con el 31.4%, por tanto, se evidenció que el 69% de los mismos tienen autoconfianza y presentan mayor capacidad de asumir riesgos, mientras que el 74.5% tienen miedo a fracasar como emprendedores naciente, concluyendo entonces que las influencias del nivel de estudios no incide en el desarrollo del emprendimiento (Weiming et al., 2016)

Según (Carrasco-Morales et al., 2019) en su estudio realizado a los graduados en carreras sociales de la Universidad Técnica de Ambato, encontró que el 40% de los encuestados logró emprender durante la carrera universitaria, lo cual se dio por oportunidad, puesto que su desempeño fue dentro de áreas afines a su carrera, la edad de los emprendedores se estableció entre 20 y 35 años con previa experiencia en ramas relacionadas, los mismos que recurrieron a financiar sus emprendimientos con capital familiar o propio, por otro lado, el género de los emprendedores no presenta relación significativa, por lo que se determina que no es un factor socioeconómico determinante a la hora de emprender. Bajo este contexto, se evidencia que el emprendimiento juvenil es de vital importancia en la economía, puesto que desempeñan acciones significativas de la mano de la academia, contrarrestar los conocimientos con la realidad y mediante ello generar procesos innovadores en la producción de bienes y servicios.

Un trabajo reciente pone en evidencia que, de una población de 16 empresas dedicadas a la producción de telas, 151 a la confección de prendas de vestir, y 11 emprendimientos asociativos de confección textil en Tungurahua, el 64.7% pertenecen a mujeres y el 35.3% a hombres, el 54.9% oscilan entre edades de 31 a 40 años, su nivel de instrucción fue secundaria con el 82.7%, los mismo consideran que su mayor beneficio es la generación de empleo en un 45.9% y el 33,8% la apertura de nuevos mercados, su mayor forma de ventas es la distribución directa, de los cuales el 59,4% se financia a base de créditos (Analuisa Altamirano et al., 2020), por otro lado, se asocia que la incorporación de personal capacitado, el mejoramiento de procesos productivos, la adquisición de nuevas maquinarias, el trabajo en equipo y la inserción de herramientas informáticas actualizadas ayudaron a incrementar los ingresos, este estudio tuvo un enfoque cuali-cuantitativo, con método bibliográfico documental y correlacional, concluyendo que este sector en la Provincia de Tungurahua se ha

movido más por asociatividad colectiva promovida por principios de solidaridad, cooperación, reciprocidad, responsabilidad y compromiso social (Migdadi, 2021).

Un estudio con metodología descriptiva, que trata sobre la caracterización del consumidor del sector textil, desde la perspectiva de productores y comerciantes menciona que la demanda de la producción de prendas de vestir se basa en la calidad en un 85.5%, de la misma manera en el diseño y materias primas utilizadas para su fabricación, los cuales influyen en los clientes al decidir si adquieren la ropa o no, por lo que el confeccionar prendas no es solo cuestión de diseñar modelos llamativos, para poder diferenciarse de la competencia, sino más bien ser innovadores con sus productos, otro aspecto también es la comodidad en un 71.2%, es por ello que el total de investigadores concluyeron que el sector textil debe enfocarse en las necesidades del consumidor, buena atención, precios, descuentos, entre otros, lo que se obtiene mediante la innovación y la educación emprendedora constante con el fin de acoplarse a los requerimientos del mercado, lo que resulta también un verdadero desafío para los emprendedores de edad adulta, la falta de información sobre nuevas tendencias ocasiona un stock sin movimiento, lo que genera pérdidas en la producción (Molina Arcos et al., 2022).

Según un estudio (Reina Gutiérrez et al., 2022) mediante un análisis semiparamétrico determina que los bajos niveles de operación, altas tasas de interés que enfrentan los emprendedores aumentan el riesgo de fracaso de estos, bajo este escenario se asocia a la instrucción formal de los emprendedores como un elemento no influyente a la hora de emprender, puesto que emprendedores más reconocidos en el mundo, han dejado sus aulas de clases desde una edad prematura, lo que resulta que una persona de instrucción intermedia tiene más probabilidad de fracasar que aquel que no la tiene, esto se debe a la deficiencia de los modelos educativos actuales, por impulsar la creatividad; sin embargo, los emprendedores con un mayor nivel de educación superior presentan mayores oportunidades de empleo y altos salarios, lo que genera una inquietud a la hora de querer generar o no su propio negocio, en relación a la edad resulta que mayor probabilidad de éxito tienen aquellos emprendimientos liderado por emprendedores en un intervalo de 26 a 35 años en adelante (Rajapathirana & Hui, 2018). Sin embargo, no se descarta el éxito en aquellos emprendimientos jóvenes que cuentan con entusiasmo, creatividad y determinación, es decir, la edad del

emprendedor no es significativa frente al nivel de ingresos anuales que puede generar un emprendimiento, mientras que en lo que respecta al género, los emprendimientos creados por hombres presentan un menor riesgo de fracasar, cuya relación es del 9.6% respecto a las mujeres, debido al limitado acceso a financiamiento que ha dejado como resultado el cese de actividades por la falta de recursos (Olutuase et al., 2023).

Según un estudio reciente, en la actualidad al emprendimiento se lo asocia fuertemente con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) los cuales engloban propósitos para el año 2030, cuyo objetivo es erradicar la pobreza, mejorar la calidad y acceso a la educación, reducir los índices desempleo y fomentar la igualdad de género (Rodrigo-Cano et al., 2019), bajo este escenario Palomino et al. (2023), mediante su estudio de identificación de factores sociales y económicos que influyen en el emprendimiento mediante un modelo de ecuaciones estructurales determina que no hay relación entre la educación y el emprendimiento, puesto que no se evidenció ningún efecto significativo entre dichas variables, el mismo sustenta que un emprendimiento de una persona con una educación básica puede resultar más exitoso en la generación de ingresos que uno cuyo líder sea un egresado universitario, puesto que su capacidad para hacerle frente a los riesgos suele ser mayor por la experiencia adquirida en otros ámbitos relacionados, sin embargo, los resultados arrojaron una relación significativa entre el género del emprendedor, puesto que aun teniendo como ODS5 la igual de género, hasta el presente año se sigue evidenciando una brecha muy alta entre hombres y mujeres en distintos aspectos; ya sea en financiamiento, falta de confianza o debilidad del género femenino (Avelar et al., 2024).

Bajo este contexto, las últimas investigaciones se desarrollaron sobre la relación entre el emprendimiento innovador bajo el escenario de los ODS y la influencia de los factores socioeconómicos del emprendedor en el cumplimiento para el año 2030. Según (Benavides-Sánchez et al., 2022) asocia al ODS4 (calidad de la educación) como el eje primordial para la preparación de jóvenes y adultos con competencias necesarias, tanto técnicas como profesionales basadas en la realidad, que permitan acceder a plazas de empleo, trabajo decente y la creación de emprendimientos con productos innovadores que representen un aporte significativo a la economía, pero sobre todo dichas acciones se refleje en las condiciones de vida de los ciudadanos, teniendo una amplia relación con el ODS8 (trabajo decente y crecimiento económico) bajo este

escenario, se determina a la innovación como la clave con el espíritu emprendedor, donde el género es insignificante, tanto hombres como mujeres se encuentran en la capacidad de realizar actividades textiles o cualquier otra actividad sin discriminación alguna, pero es evidente la falta de acceso a financiamiento para la obtención de recursos tanto materiales como humanos, la falta de políticas públicas de apoyo al emprendedor es la principal causa para el cese de actividades en emprendimientos nacientes (Pastran, 2021). Frente a ello, también se destaca que el equilibrio entre beneficios económicos, sociales y medioambientales asegura el éxito de los emprendimientos textiles, por tanto se asocia que los emprendedores con un nivel de instrucción formal superior utilizan técnicas sostenibles en la confección de prendas de vestir, esto es bien visto por parte de los consumidores que también están preocupados por el impacto ambiental, por tal razón se inclinan a consumir productos que incentiven al cuidado del medio ambiente (Avelar et al., 2024).

2.1.2 Fundamentos teóricos

Teorías del emprendimiento

En el año 1755 por primera vez Richard Cantillon introdujo el término emprendimiento en distintos campos de estudio; tales como en la economía, ciencias políticas, administración de empresas, sociología y antropología, de lo cual han nacido varias teorías que sustentan el concepto de emprendimiento en distintas épocas de la historia. Frente a ello, la teoría neoclásica perteneciente al año 1880 y 1940 determina que el emprendimiento se basa en el libre comercio, la especialización en la creación de un bien o servicio y la competencia en el mercado, cuya teoría la han sostenido: Ricardo, 1817; Smith, 1776; Say, 1803 (Murphy et al., 2006), mientras que para la teoría neoclásica los emprendedores son los responsables de descubrir oportunidades para adentrarse en el mercado, basándose en los precios y de esta manera tomar decisiones que minimicen los riesgos de fracaso; por otro lado, Schumpeter Lezanski et al. (2010), manifiesta que para el año 1934 se implementó un nuevo modelo de negocios, al mismo que se lo denominó como AMP (Proceso de Mercado de Austria) el cual sostenía que la innovación en el emprendimiento resulta un factor clave para la generación de altos niveles de ingreso, de la misma manera que impulsa el crecimiento y desarrollo económico, cuya teoría considera al emprendedor como un ente activo en

la creación de nuevos productos, implementación de procesos estandarizados y la inserción tecnológica que permita la destrucción de mercados existentes y la creación de nuevos mercados más competitivos, es decir, las cosas antiguas son reemplazadas por nuevas. Bajo este escenario, concebía al emprendimiento como un proceso dinámico que busca el surgimiento de nuevas ideas, productos y procesos, de esta manera crear soluciones en la satisfacción de necesidades de los clientes. Por tal razón, Schumpeter concebía al emprendedor como una persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones e innovaciones, pues la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión o una posibilidad técnica no probada, la naturaleza de este sistema no permitía un equilibrio estático puesto que se veía interrumpida por varios esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas ideas. La innovación es la fuente del desarrollo económico, con ideas claras, con métodos estandarizados y capital se podría generar invenciones que fortalezcan el talento empresarial y la productividad (Dettori et al., 2012).

Por otro lado, Mark Casson en 1982 menciona que el éxito está determinado por el nivel de ventas del emprendimiento, el cual está ligado a cualidades innatas del emprendedor, como la creatividad, imaginación, pasión, perseverancia, pero sobre todo la capacidad para asumir riesgos, los cuales se asocian a los factores socioeconómicos, por otro lado, la teoría de Papanek y Harris sostiene que el emprendimiento se da únicamente por el incentivo de generar ingresos, independientemente de los factores socioeconómicos, cualquier persona puede emprender y tener éxito, porque lo que realmente mueve al desarrollo de un negocio es la actitud y las ganas por generar ingresos, de esta manera satisfacer sus necesidades básicas y mejorar sus condiciones de vida (Terán-Yépez & Guerrero-Mora, 2020).

Bajo este contexto la teoría del capital humano, propuesta por Becker y Mincer en 1960, sostiene que la acumulación de habilidades y conocimientos dependen de una educación de calidad a lo largo de la vida, es por ello que las empresas, emprendimientos y pequeños negocios deberían invertir en educación en su personal de trabajo, puesto que esto les permitirá reflejar resultados satisfactorios respecto a sus niveles de ventas y a la contribución para el desarrollo económico sostenible en sus actividades económicas, sin embargo, la edad y el género del individuo no son significativos en dicha teoría, puesto que tanto hombres como mujeres en el rango de

edad en el que se encuentren pueden aprovechar al máximo las herramientas de educación e implementarlas en distintos (Pérez-Fuentes & Castillo-Loaiza, 2016).

Por otro, la teoría de los recursos y las capacidades propuesta por dos académicos; Jay Barney y Birger Wernerfelt en los años de 1980 y 1990 sostiene que la gestión estratégica dentro de una empresa, emprendimiento o negocio se enfoca en dos instancias: recursos y capacidades, la primera hace referencia tanto a activos tangibles e intangibles que permiten el desarrollo de actividades, mientras que las capacidades están reflejadas en el emprendedor, por medio de las cuales pueden desenvolverse en el mercado mediante la aplicación de estrategias que promuevan la mejora de la productividad, la generación de altos niveles de ingresos y el crecimiento empresarial (Suárez Hernández & Ibarra Mirón, 2016).

Emprendimiento

El emprendimiento se ha constituido en una de las actividades más importantes en la economía puesto que permite la innovación, la competencia, generación de nuevas fuentes de empleo y un aporte significativo al crecimiento económico. Por tanto, se considera al emprendimiento como la gestión de crear mediante medios técnicos, materiales utilizando recursos humanos, financieros, basados en estrategias de negocios, que permite identificar oportunidades para generar un nuevo producto o servicio, de tal manera que permita determinar la viabilidad productiva de ese bien o servicio que se pretende colocar en el mercado, con el objetivo de satisfacer necesidades (Gang et al., 2022). A raíz de la grave crisis económica, (Gabriela Ordoñez Altamirano et al., 2020) menciona que el emprendimiento surge como una solución a la problemática de desempleo, la misma que influye directamente en la calidad de vida de la población, principalmente en familias de escasos recursos económicos, las cuales ven al emprendimiento como una herramienta de supervivencia. Con ello concuerda (Valencia-Arias et al., 2017) mencionando que el emprendimiento ha tomado fuerza en los últimos años debido a la inestabilidad económica por la que enfrenta el país, lo que ha generado que los ciudadanos busquen cubrir sus necesidades básicas mediante la creación de oportunidades laborales y convertirse en jefes de sus propios negocios. De esta manera, impulsar a la reactivación económica que generó la crisis sanitaria a nivel mundial, donde se produjo la pérdida

de más de 400 millones de empleos a tiempo completo, dejando a varias familias sin sustento en el hogar.

Por tal motivo, Kibler & Laine (2023) asocia al emprendimiento como el aprovechamiento de oportunidades rentables, las cuales se llevan a cabo mediante la creación de un nuevo producto o servicio, con el fin de posesionarlo en el mercado y de esta manera se estimule la economía local. Bajo este escenario, el emprendimiento permite fomentar la innovación y la competencia entre mercados tanto a nivel local como nacional, así también, generar mayor productividad y producir un impacto significativo en el crecimiento económico, una estabilidad laboral que permita la mejora de las condiciones de vida de los emprendedores.

Emprendedor

El actor clave en el mundo del emprendimiento es el emprendedor, al cual se considera la persona con determinación y características peculiares que le permiten ver oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la innovación o el mejor empleo de recursos que lo diferencien de la competencia, posee un alto grado de autoconfianza, varias personalidades, en este caso: administrativos, oportunistas, adquisitivos, incubador e imitador, las cuales a la hora de desarrollar su negocio, permite ejecutar procesos rentables y eficientes (Korosteleva & Stępień-Baig, 2020).

Frente a ello, (Alcaraz Rodríguez, 2006), se determina una serie de características que son propias de un emprendedor, las cuales les han permitido ser resilientes frente a los riesgos de fracaso. Según la característica principal de un emprendedor es su espíritu innovador, puesto que le permite diferenciarse de los demás, a más de tener un compromiso total respecto a su negocio, la tolerancia y persistencia en la solución de problemas serán la clave principal para hacerle frente a las oportunidades existentes en el mercado. Bajo este escenario, se determina al emprendedor como un ente innovador en la producción de un bien o servicio. Por otro lado, (Duana Avila et al., 2021). sostiene que la característica principal en un emprendedor es la capacidad para trabajar en equipo, demostrándose como un líder con fuerza, que permite un equilibrio entre sus emociones y sentido común. Sin embargo, (Bosma & Sternberg, 2014), manifiesta que el emprendedor es sinónimo de pasión, visión, determinación y coraje, el cual surge por el deseo de ser independiente, cuyo compromiso está enfocado con

la capacidad de asumir riesgos y la búsqueda de soluciones efectivas que permitan el desarrollo de sus emprendimientos, para ello es necesario por en práctica la creatividad e innovación en los procesos productivos, por otro lado, (Castro Núñez & Santero Sánchez, 2014) determina al emprendedor como una fuente visionaria y determinista en la toma de decisiones, las mismas que den como resultado una ventaja competitiva frente a los demás, sentir amor por lo que hace, ser optimista y apasionado.

Tipos de emprendimiento

Es necesario estudiar las motivaciones de las personas a la hora de emprender, entender el origen del espíritu emprendedor, el cual permite generar nuevas ideas en la creación de un bien o servicios y de esta manera contribuir de manera significativa al crecimiento económico, mejorando las condiciones de vida mediante la creación de nuevas fuentes de empleo y la constante innovación en sus productos

Tabla No. 1

Tipos de Emprendimiento

Emprendimiento por necesidad	Emprendimiento por oportunidad	Emprendimiento por motivación mixta
Este tipo de emprendimiento busca generar ingresos como medio de subsistencia, nace en personas que han perdido sus empleos o en personas que llevan tiempo buscando una oportunidad para laborar, pero no la han conseguido.	Se encuentran el 85% de profesionales que deciden llevar a cabo un emprendimiento, utilizan sus conocimientos como factor clave para el crecimiento de sus negocios, mediante la utilización de tecnología avanzada y sobre todo con estrategias de innovación, de tal manera que se reduzca el riesgo de fracaso.	En la actualidad es el tipo de emprendimiento que más se lleva a cabo, puesto que es la combinación entre el aprovechamiento de oportunidades y la necesidad de generar ingresos, independientemente de los factores socioeconómicos del emprendedor se puede alcanzar el éxito.

Nota: Tipos de emprendimiento. Fuente: (Amorós,2011).

Fases del emprendimiento

Según el GEM determina las siguientes etapas en el desarrollo de un emprendimiento, en primera instancia se determina a la primera y segunda fase las cuales están dentro de las etapas iniciales (TEA), se conoce como emprendedor naciente, aquella persona que tiene como objetivo iniciar un nuevo negocio, es decir, hacer realidad sus ideas, conforme pasa el tiempo en un intervalo de entre 3,5 años pasa a la siguiente fase que se conoce como un nuevo empresario, en la cual se lo considera como propietario y líder del negocio, si cuya persistencia se alarga a más de 3,5 años se lo considera como un emprendedor establecido, con la capacidad de generar nuevas fuentes de empleo y su contribución significativa al crecimiento económico (Amorós, 2011).

Sector Textil

La elaboración de prendas de vestir en el Ecuador es una de las actividades económicas más antiguas, la elaboración de textiles y tejidos se remonta a la cultura Inca, cuya actividad económica se la realizaba principalmente en Quito, Latacunga y Riobamba, cuyos emprendedores se dedicaban al procesamiento de lana para la elaboración de su indumentaria, esto se dio hasta inicios del siglo XX donde se comenzó a introducir el algodón, lo que se convirtió en una pieza clave para la consolidación de este material en la creación de prendas de vestir. La evolución del sector textil es evidente puesto que actualmente tenemos productos realizados con todo tipo de fibras, entre ellas, el algodón poliéster, nylon, lana y seda, lo que lo ha permitido convertirse en un sector fundamental para el desarrollo social, productivo y económico de país, cuya contribución representa el 1% al PIB nacional, para el año 2021 se estimó que 46,240 artesanos se beneficiaron con empleo en dicho sector, por lo que se posiciona en el segundo lugar respecto al sector manufacturero. Conforme ha pasado el tiempo, la especialización en los procesos de confección de vestimenta ha tomado fuerza, esto se debe a la mejora continua en el capital humano, la constante capacitación para adaptarse a los requerimientos del mercado y la innovación, sin embargo, en Tungurahua los emprendimientos se enfocan principalmente en actividades del sector primario en su mayoría, no obstante es notorio el posicionamiento del sector textil en dicha provincia, pequeños talleres dedicados a la confección de : jeans, ropa interior, camisas, chompas y uniformes, cuyos emprendimientos el 65% se encuentra liderado por el género masculino, mientras que las mujeres son las encargadas de realizar las actividades de

corte de telas, sublimado, costura y remate. Sin embargo, el éxito de estos emprendimientos se ve desencadenado por la influencia de factores socioeconómicos propios del emprendedor, tales como; edad, género y nivel de instrucción (Ogundana et al., 2021).

Para desarrollar un emprendimiento en la industria textil se deben tomar en cuenta varios aspectos, lo cuales permitirán cumplir con los requerimientos del cliente y de esta manera satisfacer sus necesidades eficientemente. De tal forma alcanzar un nivel de ventas esperado, en esta ocasión se enfatizará desde el punto de vista de la producción, área financiera, ventas e innovación.

Producción

- ✓ Producto
- ✓ Capacidad instalada: (espacio de trabajo adecuado)
- ✓ Logística para distribución o entrega

Área financiera

- ✓ Impuestos
- ✓ Costos de producción
- ✓ Contabilidad: Llevar registros de ingresos y gastos
- ✓ Fuentes de financiamiento
- ✓ Compras de materias primas
- ✓ Insumos para emprendimiento

Recursos humanos

Capacitación permanente: Permite a los colaboradores explorar sus habilidades y aptitudes para la aplicación eficiente en los emprendimientos, mediante estrategias de negocio que respondan a los objetivos específicos y a la generación de mayores ingresos en sus actividades económicas.

Personal calificado: Son personas competentes y capacitados que cumplen los requisitos y entrenamiento necesario en aporte y beneficio para la industria textil en un campo específico, es necesario para la toma de decisiones que

ayuden a generar mayores ingresos y la competitividad en el mercado (Walter & Dohse, 2012).

Ventas

Las ventas en la industria textil han tenido que adaptarse hasta llegar al cliente de manera más rápida y efectiva, para poder vender sus productos o servicios ya sea en lugares: físicos, tiendas virtuales, redes sociales, radio o comercio on-line. Sin embargo, a raíz de la pandemia del COVID-19 tomo fuerza el ecommerce, el cual permitió a los emprendedores ajustarse al confinamiento, y ofrecer sus productos para evitar grandes pérdidas, en la cual se puso a prueba su capacidad para adaptarse a cambios inesperados en el mercado (Duana Avila et al., 2021). En Tungurahua se evidencia que los emprendimientos textiles llegan a alcanzar hasta menos de \$3.000 anuales respecto a sus ventas, sin embargo, existe una gran diferencia con aquellos emprendedores que han logrado alcanzar hasta más de \$50.000 anuales en la venta de sus productos, esta notable diferencia se asocia a los diferentes factores socioeconómicos que posee el emprendedor

Innovación

La innovación se dedica a descubrir un futuro desconocido e incierto. Frente a ello, se pretende cambiar el presente para mejorarlo, trata de sistematizar la generación de los desconocido orientado hacia algo cierto o probable, previsible, y lo deseable, consiste además en el conjunto de actividades dirigidas a identificar, desarrollar y explotar nuevos productos y línea de negocio, así como nuevos enfoque que mejoren los negocios ya existentes, aportando valor tanto al usuario como al resto de stakeholders de la compañía, esto se da a través de maquinaria nueva y softwares (Helm & Andersson, 2010).

Factores socioeconómicos

Los factores socio económicos son los factores sociales que influyen en la educación, prestigio, nivel cultural, nivel económico que poseen los integrantes de la empresa, y económicos relacionados con la capacidad adquisitiva que poseen las personas, este término también se relacionan con el índice de crecimiento de la población, insumos y nivel de fuerza laboral de las empresas (Aadland et al., 2020).

En la opinión de Dewi (2022) los factores socioeconómicos son la combinación de cualidades, atributos o características de aspectos económicos y sociales de un individuo o población, los cuales se relacionan con el nivel de educación, prestigio, nivel cultural, nivel económico, edad y género, este término también se asocia con el índice de crecimiento de la población, insumos y nivel de fuerza laboral de los emprendimientos. Es decir, los factores socioeconómicos se vinculan con la capacidad adquisitiva que poseen los emprendedores para llevar a cabo sus negocios, la mayor parte olvida la capacitación constante en los procesos textiles, lo cual forma una barrera muy grande para acoplarse a los diversos cambios del mercado y de esta manera cumplir con los requerimientos del cliente, y es ahí cuando evidencia una caída en las ventas por la falta de innovación en sus productos (Wheadon & Duval-Couetil, 2019).

Relación de los factores socioeconómicos con los emprendimientos

La deficiencia de los factores socioeconómicos afecta directamente al desarrollo de los emprendimientos, la edad de los emprendedores, su capacidad para generar ideas y cumplir sus expectativas; además, la brecha de género en el acceso al financiamiento es un evidente problema, las mujeres a menudo enfrentan desafíos para adquirir un crédito, debido a la falta de confianza en su capacidad de pago, no se puede depender totalmente de la suerte para que un emprendimiento alcance el éxito, sino de construirlo en base a la adquisición de habilidades y conocimientos necesarios para conseguir rentabilidad en el negocio (Vizueta Tomalá, 2020).

Género

Respecto al emprendimiento femenino y masculino en el sector textil, el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) determina que Ecuador es uno de los países con mayor paridad de género, sin embargo, esto ha venido decayendo en lo que respecta al 2021 del total de la TEA, donde el 53,5% estuvo representado por hombres, mientras que el 46,5% restante pertenece a mujeres. Sin embargo, el emprendimiento femenino en lo que respecta al sector textil casi siempre está encabezado por mujeres, esto se debe a la búsqueda de independencia en la generación de ingresos, frente a ello el género femenino se ha visto limitado por las excesivas barreras de financiamiento que resulta como un impedimento a la hora de querer expandir sus negocios, no obstante, sus

responsabilidades familiares las impide trabajar en horarios fijos o dedicar todo su tiempo a un empleo, lo que las lleva a buscar opciones de emprendimiento que les permita conciliar su vida laboral y familiar. Por otro lado, los emprendedores de género masculino tienden a tener más redes de financiamiento debido a la confianza en su capacidad de pago, lo que les permite acrecentar sus negocios de manera más fácil y rápida (Botticelli et al., 2017).

Edad

La edad de los emprendedores juega un papel determinante en el éxito del emprendimiento textil, donde la combinación de creatividad con el fin de mantenerse actualizado a las nuevas tendencias del mercado, dar respuesta a los gustos y preferencias del consumidor se han constituido en un reto desafiante para aquellos emprendedores de edad adulta. Frente a ello (Siqueira et al., 2014) determina que la edad promedio de un emprendedor oscila entre los 36 años, se lo asocia al cumplimiento de responsabilidades en el hogar. Sin embargo, Dávila Morán et al. (2022), sostiene que el emprendimiento en las personas de edad adulta comprendida entre los 60 años en adelante, resulta por independencia, constituido por iniciativa o razón, en la cual se destaca que el 35% de los emprendedores dan inicio a sus negocios por necesidad, el 29% por oportunidad, el 26% por mantenerse activos e independientes, el 10% en respuesta a su capacidad creativa, los cuales resultan del desarrollo de proyectos que realiza el Estado, permitiendo recuperan las capacidades y competencias adquiridas con el tiempo, otro determinante es la obtención de financiamiento y los obstáculos gubernamentales, es por ello que el 39% de las personas de la tercera edad, han iniciado sus emprendimientos con préstamos familiares o préstamos bancarios, puesto que con los ahorros acumulados a lo largo de su vida no les alcanza para comenzar sus actividades económicas, pero esto no ha sido un impedimento, puesto que han demostrado un alto índice de innovación en sus productos o servicios, permitiéndoles posesionarse fuertemente en el mercado. Bajo este contexto se determina que el emprendimiento en la tercera de edad es una manera de alargar la vida laboral, con el objetivo de mantenerlos activos, permitiéndoles mejorar sus condiciones des de vida y suplir pensiones bajas o en algunos casos la ausencia de una jubilación.

Nivel de instrucción

En lo que respecta al nivel de instrucción formal del emprendedor, se evidencia que el 32,90% de los emprendedores presentan una educación secundaria completa, mientras que el 27,8% lo ocupan las personas que solo alcanzaron un nivel de educación básico, es decir el 63,4% de los emprendedores que se encuentran establecidos presentan tanto un nivel de educación básico y como tal han completado satisfactoriamente la secundaria, esto ha fomentado la capacidad para desarrollar y mantener un negocio exitoso, mejorar los procesos de producción en lo que tiene que ver con el diseño, fabricación, cadena de suministro y búsqueda de nuevos canales de comercialización, siempre tomando en cuenta los requerimientos del mercado en cuestiones de innovación y adaptabilidad frente a los gustos y preferencias de los consumidores (Bayon & Lamotte, 2020). Por tanto, los emprendedores con un buen nivel de instrucción formal pueden contribuir de manera significativa al emprendimiento textil mediante practicas sostenibles en un mundo donde cada día se preocupa más por el impacto ambiental, esto puede resultar como una ventaja competitiva frente a los demás (Ngono, 2021).

Ingresos-Financiamiento

Con respecto al GEM los ingresos de un emprendedor varían, frente a ello se determina que el 39.6% genera ingresos de 250 dólares correspondiente a emprendimientos ya establecidos, mientras que los ingresos de aquellos emprendimientos nacientes fluctúan entre 100 a 200 dólares, sin embargo, conforme va creciendo su negocio, las ganancias también lo hacen, por ello es necesario que los emprendedores aprovechen cada oportunidad existente en el mercado, pero muchas de las veces esto resulta complejo debido a la falta de financiamiento para cubrir los costos de producción, por tal razón, los emprendedores han accedido a financiamiento por créditos de familiares o amigos, puesto que las cooperativas de ahorro y crédito o bancos, mantienen altas tasas de interés, lo que resulta casi imposible cubrirlo con los ingresos que genera un emprendedor naciente, también se observa una brecha de género muy alta, puesto que a los hombres se les confía más su capacidad de pago que a las mujeres, es por ello que el 60% han recurrido a préstamos ilegales a fin de cubrir sus costos y seguir adelante con sus negocios (Rasmussen & Sørheim, 2012), por tal motivo los préstamos entre familiares pueden ser más flexibles en términos de plazos de pago, tasas de

interés y requisitos de garantía, los emprendedores pueden estar dispuestos a ofrecer condiciones más favorables a sus familiares en comparación con lo que podrían obtener de un banco u otra A continuación se presentan las tasas de interés activas referenciales para adquirir un préstamo es una entidad financiera:

Tabla No. 2

Tasas de interés afectivas referenciales vigentes para el sector financiero privado, público y, popular y solidario.

Tasas de interés activas referenciales	
Segmentation de créditos	% Annual
Productivo Corporativo	8,35
Productivo Empresarial	9,46
Productivo PYMES	10,54
Consumo	16,07
Educativo	8,48
Educativo Social	5,49
Vivienda de Interés Público	4,99
Vivienda de Interés Social	4,98
Inmobiliario	9,2
Microcrédito Minorista	19,05
Microcrédito de Acumulación Simple	20,27
Microcrédito de Acumulación Ampliada	19,66
Inversión Pública	8,3

Nota. Tasas de interés activas referenciales para créditos 2023. Fuente: elaboración propia basada Banco Central del Ecuador.

Por otra parte, los emprendedores tungurahueses presentan un alto riesgo al fracaso, por lo que prefieren unirse a vertientes informales para la obtención de dinero, prestamos de amigos, familiares, vecinos o inclusive de prestamistas ilegales (chulqueros, usureros o agiotistas) los cuales sacan provecho de la necesidad de los emprendedores por conseguir una fuente de financiamiento (Useche-Aguirre et al., 2021).

2.2. Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación

Los factores socioeconómicos inciden significativamente en el nivel de ingresos anuales de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

Población

La población en un estudio es el conjunto de elementos o individuos que comparten rasgos similares o características comunes; son datos cuantificables que puede darse en cualquier campo y son de absoluta importancia para delimitar una investigación (Arias-Gómez et al., 2016). Bajo este escenario se conciben dos tipos de población; finita e infinita, la primera se da cuando la misma es limitada y es posible enumerarla por completo, mientras que la segunda se evidencia cuando la población es demasiado grande y no es posible enumerar todos sus elementos (Aguilar-Barojas, 2005).

Para la recopilación de datos, se utilizaron los resultados del censo provincial de emprendimientos en la provincia de Tungurahua, en el cual participaron 1.514 emprendimientos pertenecientes a distintos sectores; alimentos y bebidas, alimentos procesados, crianza de animales, artesanías, fabricación de calzado, producción agrícola, fabricación de prendas de vestir, gastronomía y salud. Sin embargo, en el presente estudio no se utilizó toda la población.

Muestra

Se conoce como muestra al subconjunto de elementos o individuos de una población, es decir, es un fragmento de la totalidad, se obtiene mediante la aplicación de algún método de muestreo; el mismo que dependerá del modelo de estudio o del criterio del investigador (Rendón-Macías et al., 2016), en este caso se empleó un muestreo probabilístico estratificado el cual es una técnica que se utiliza para resaltar subgrupos específicos respecto a la población total (Salinas Martínez, 2004), en ese sentido se enfocó en el CIU C.14 perteneciente a la fabricación de prendas de vestir a partir de textiles ya producidos.

Los emprendimientos involucrados en la investigación son aquellos que están dedicados a la fabricación de prendas de vestir, cuyo sector está conformado por 139

empresarios de los 9 cantones dentro de la provincia de Tungurahua. Se utilizaron datos del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua específicamente del censo a empresarios, el cual fue aplicado en el año 2021 con el objetivo de plasmar la realidad de los ciudadanos tungurahueses dentro de sus actividades económicas.

Fuentes secundarias

Según la definición Folgueira Lombardero & Menéndez Méndez (2015), las fuentes secundarias son aquellas que no se recopilan directamente de la fuente original de los datos, sin embargo, resultan igual de válidos y confiables que aquellos obtenidos de fuentes primarias.

Bajo este contexto la investigación se basa exclusivamente en fuentes secundarias, las cuales se centran en información extraída de libros, periódicos y páginas webs oficiales sobre temas relacionados, de manera principal en el censo de Emprendimiento aplicado en la provincia de Tungurahua en el año 2021, en cual consta de información relevante para el presente estudio y se considera que los datos son confiables y apropiados para el análisis.

Técnicas

La técnica utilizada en la presente investigación es la de análisis documental, puesto que se basó en fuentes secundarias. En este sentido, (Rojas Crotte, 2011) sostiene que el análisis documental consiste en evidenciar las ideas más significativas de un documento, permitiendo al investigador tomar decisiones acertadas en la solución de problemas, por tanto, da como resultado un nuevo documento al presentar información diferente a la original, por lo que se le conoce como una técnica dinámica en la investigación.

Bajo este escenario, se utilizó el método hipotético-deductivo para comprobar la hipótesis del estudio, de tal manera que permita la comprobación o refutación de teorías o fenómenos mediante la observación y la experimentación que presenta el estudio (Pájaro Huertas, 2002).

Instrumentos

Los instrumentos de investigación son de gran importancia son de gran importancia en el estudio puesto que contribuyen a la validez y confiabilidad de los resultados de este, permite al investigador organizar de una forma sistemática la información obtenida. Por tanto, la presente investigación utilizó como instrumento la ficha de registro para datos secundarios, la cual consiste en organizar y registrar la información de las fuentes secundarias; artículos, libros, informes, etc. (Cisneros-Caicedo et al., 2022), lo que ayudó al soporte de esta investigación, por tanto, se aplicó un filtro para trabajar con las actividades que abarque el sector textil, con las variables de interés, en este caso se tomó en cuenta, la edad, el género, el ingreso anual y nivel de educación de los emprendedores que desarrollan sus actividades en la provincia de Tungurahua.

3.4 Tratamiento de la información

Esta investigación adoptará un enfoque cualitativo de carácter transversal, direccionado al análisis de la incidencia de los factores socioeconómicos del emprendedor en relación con el nivel de ventas anuales de los emprendimientos textiles. Este enfoque mixto que combina métodos cualitativos como cuantitativos permitirá una exploración profunda de las actividades económicas dentro del sector textil de los ciudadanos tungurahueses.

Estudio descriptivo

Para abordar el primer objetivo de la investigación se aplicará un enfoque descriptivo que involucra la construcción de tablas de frecuencia, mediante el software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), (IBM Corporation, 2023), con el objetivo de analizar la distribución de los datos de las variables en estudio, tales como; ingresos anuales, edad, género y nivel de instrucción de los emprendedores, las cuales están formadas por cuatro columnas: frecuencia, porcentaje, porcentaje válido y porcentaje acumulado, de tal manera, dichos resultados nos ayudarán a realizar un análisis profundo de la realidad de los emprendimientos textiles en la provincia.

Estudio explicativo

Para el segundo objetivo, se utilizó un modelo econométrico de mínimos cuadrados ordinarios (MCO). Es un método estadístico utilizado en análisis de regresión para estimar los parámetros de un modelo matemático que describe la relación entre una variable dependiente y una o más variables independientes. La idea fundamental del MCO es minimizar la suma de los cuadrados de las diferencias entre los valores observados y los valores predichos por el modelo, es importante la aplicación de las pruebas de verificación, puesto que permitirán asegurar la validez de los resultados obtenidos (Gujarati & Porter, 2010). A continuación, se presentan los supuestos clave y las pruebas utilizadas para su verificación:

- ✓ **Linealidad del modelo:** sustenta que la relación que deberá tomar entre las variables explicativas y la variable dependiente será lineal. Para la comprobación se puede sustentar mediante gráficos de dispersión, o a su vez la utilización de pruebas de no linealidad como la prueba RESET (Regresión Estadística con Errores de Transformación).
- ✓ **Homocedasticidad:** indica que los errores del modelo deberán ser constantes, para constatar dicha afirmación se puede aplicar la prueba de Breusch-Pagan, también se pueden aplicar otras pruebas como la de White, Levene o la prueba de Goldfeld Quandt, las mismas que ayudan a verificar si los errores son constantes o presentan variación.
- ✓ **Independencia:** se lo asocia a la falta de correlación entre los errores del modelo, la prueba de Durbin Watson permite verificar la autocorrelación o también la prueba de Ljung-Box.
- ✓ **Multicolinealidad:** hace referencia a la correlación alta entre las variables explicativas del modelo.
- ✓ **Normalidad de los errores:** determina que los datos deberán ser normales.

Para su aplicación se tomará como variable dependiente a los ingresos anuales de los emprendedores, sin embargo, al evidenciar variables categóricas caracterizadas en distintos rangos, se procederá a realizar una codificación de la siguiente manera:

Tabla No. 3*Codificación variable dependiente*

Ingresos Anuales	Codificación
Menos de 3.000 usd	1
Entre 3.001 a 5.000 usd	2
Entre 5.001 a 10.000 usd	3
Entre 10.001 a 15.000 usd	4
Entre 15.001 a 50.000 usd	5
Más de 50.001 usd	6

Nota. Ingresos anuales por venta de los emprendimientos textiles en la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En la tabla 3 se evidencia que los ingresos anuales están codificados en un intervalo de 1 a 6 correspondiente a cada rango, por otro lado, la variable independiente que corresponde a factores socioeconómicos del emprendedor el cual engloba la edad, el género y nivel de instrucción se mantendrá en su forma natural, a continuación, se presentan los rangos en los cuales se encuentran dichas variables:

Tabla No. 4*Rangos de la variable independiente*

Variable	Rangos
Edad	15-29 años
	30-39 años
	40-59 años
	60-64 años
	Más de 64 años
Género	Femenino
	Masculino
Nivel de Instrucción	Primaria
	Bachillerato
	Título Universitario
	Maestría o Posgrado

Nota. Rangos de la variable independiente asociada a los factores socioeconómicos del emprendedor. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En la tabla 4 se evidencian los rangos dentro de los cuales se encuentran los factores socioeconómicos del emprendedor textil tungurahuense. En primera

instancia se deberá estimar el modelo para lo cual se utilizará el software estadístico RStudio, donde se calculará los coeficientes de la regresión y se dará la información sobre el ajuste del modelo, luego de ello, se realizará la evaluación, en la que se conocerá si el modelo es adecuado para los datos, esto abarca el análisis de la significancia estadística de los coeficientes de la regresión, la bondad de ajuste del modelo, así también los valores atípicos o violaciones de los supuestos. Finalmente, se interpretarán los resultados, el coeficiente de regresión con mayor significancia indicará el factor socioeconómico que tiene mayor influencia en los ingresos anuales de los emprendimientos del sector textil en la Provincia de Tungurahua.

La formulación del modelo:

$$Y(\text{Ingresos Anuales}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Edad} + \beta_2 \text{Género} + \beta_3 \text{Instrucción} + \varepsilon$$

[1]

Donde:

Y = Variable dependiente (ingresos anuales)

X₁ = Variable independiente (edad)

X₂ = Variable independiente (género)

X₃ = Variable independiente (nivel de instrucción)

β₀ = Intersección

β₁, β₂, β₃ = Pendientes respectivas

ε = Término de error

Operacionalización de las variables

Tabla No. 5

Operacionalización variable dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Escala de medida	Ítems	Técnica/instrumento
Los ingresos son considerados como un indicador de éxito en los emprendimientos, puesto que representan el total de ventas de un producto o servicio, lo que permite identificar las pérdidas o ganancias dentro de una actividad económica (Tobar-Ruiz et al., 2022).	Ingresos	Ventas	Ordinal	¿Cuál es su nivel de ingresos por venta en el último año?	Análisis de documentos/ Ficha de registro para datos secundarios

Nota. Operacionalización de la variable dependiente del estudio. Fuente: elaboración propia.

Tabla No. 6*Operacionalización de las variables independientes*

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Escala de medida	Ítems	Técnica/ Instrumento
Los factores socioeconómicos describen la características sociales y económicas del emprendedor, las mismas que intervienen en la creación de los emprendimientos y así mismo definen el éxito que puede llegar a tener en un determinado tiempo y espacio (Kibler & Laine, 2023).	Edad	Años del emprendedor	Continua	¿Cuál es su edad?	Análisis de documentos/
	Género	Hombre y Mujer	Nominal	¿Cuál es su género?	Ficha de registro para datos secundarios
	Educación	Nivel de instrucción	Ordinal	¿Cuál es su nivel de educación?	

Nota. Operacionalización de las variables independientes asociada a los factores socioeconómicos del emprendedor. Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados y discusión

A continuación se presenta un análisis de los datos estadísticos pertenecientes a los factores socioeconómicos de los emprendedores: edad, género y nivel de instrucción que repercuten en el nivel de ventas de los emprendimientos textiles en la provincia de Tungurahua analizado en el año 2021, se tomó en cuenta los nueve cantones de la provincia: Ambato, Baños, Cevallos, Pelileo, Píllaro, Quero, Patate y Tisaleo; en primera instancia, se evidencian tablas de frecuencia de los datos, finalmente, se aplicó un modelo de mínimo cuadrados ordinarios (MCO), donde se realizó un análisis en función de los ingresos, para determinar que factor socioeconómico del emprendedor repercute en la generación de mayores ingresos anuales en los emprendimientos textiles, por último se verifica el cumplimiento o refutación de la hipótesis con el modelo econométrico.

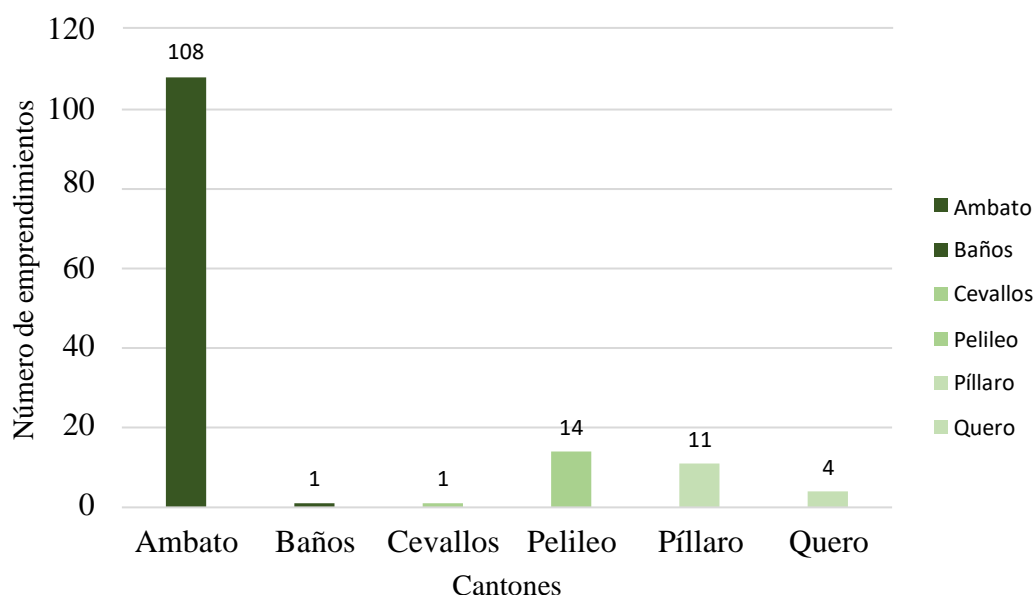
Cumplimiento del objetivo 1

Factores socioeconómicos en los emprendedores

En la provincia de Tungurahua conformada por nueve cantones: Ambato, Baños, Cevallos, Pelileo, Píllaro, Quero, Patate y Tisaleo, los emprendimientos generan el sustento de muchas familias tungurahueses, los mismos que van desde el aprovechamiento de los recursos naturales en la creación de complejos turísticos hasta aquellos que engloban creatividad y destreza artesanal, resaltado por la confección de prendas de vestir únicas y auténticas, cuya fusión ha permitido entrelazar lo ancestral con lo contemporáneo, contribuye de manera significativa a la reactivación económica, tanto a nivel local como nacional, sin duda, el sector textil es uno de los motores económicos más grandes del país, por lo que, no solo dinamiza la economía sino que contribuye positivamente a la generación de nuevas fuentes de trabajo para los ecuatorianos, cuya calidad de vida sea cada día mejor y de esta manera juntos contribuir al crecimiento y progreso no solo de la provincia de Tungurahua sino del país en general (Arroba Freire et al., 2022).

Figura No. 1

Emprendimientos textiles en la provincia de Tungurahua



Nota. Cantidad de emprendimientos por cantones de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

A través del tiempo, se evidenció un incremento de emprendimientos textiles en el cantón Ambato, puesto su concentración corresponde al 77,7% del total, esto se debe a la presencia de asociaciones textiles que surgen como redes de apoyo, mediante programas de capacitación que incentivan a la generación de nuevos emprendimientos, sin embargo, también se observa la inexistencia de emprendimientos textiles en tres cantones: Mocha, Patate y Tisaleo, puesto que sus principales actividades económicas se enfocan en la agricultura, la producción de mora y fresa, además de la fabricación de calzado. Este hecho se respalda con la afirmación de (Arroba Freire et al., 2022) al manifestar que en Tungurahua los emprendimientos se enfocan principalmente en actividades del sector primario, como son: agricultura, ganadería y pesca con un 40,71%, seguido de la participación del sector manufacturero con el 33,51% en el que se encuentra inmerso el sector textil, cuya actividad se enfoca en la transformación de materias primas y el sector de servicios con un 2,09% de participación en el mercado (El Herald, 2021). Según datos de la Asociación de Confeccionistas Textiles (Acontex) el 36% de prendas de vestir resulta de pequeños, medianos y grandes

emprendimientos, así también de artesanos y microempresas ubicadas en dicha provincia, convirtiéndola en la mayor ofertante de prendas textiles a nivel del país, donde tan solo el 5% de su producción se posesiona en el mercado local, mientras que el 95% restante se lo distribuye al resto del país, lo que genera plazas de trabajo, cuyas principales prendas son: jeans, ropa interior, camisas, chompas y uniformes. Sin embargo, el éxito de estos emprendimientos se ve desencadenado por la influencia de factores socioeconómicos propios del emprendedor, tales como; nivel de instrucción formal, género, edad y financiamiento (Gang et al., 2022).

Tabla No. 7

Rango de ingresos de los emprendimientos textiles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 3 000	47	33,8	33,8	34,5
Entre 3 001 de 5 000 usd	15	10,8	10,8	45,3
Entre 5001 a 10 000 usd	27	19,4	19,4	64,7
Entre 10 001 a 15 000 usd	6	4,3	4,3	69,1
Entre 15 001 a 50000 usd	25	18	18	87,1
Más de 50 001 usd	18	12,9	12,9	100
Total	139	100	100	

Nota. Rango de ingresos de los emprendimientos textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

Los ingresos de los emprendedores con mayor frecuencia se encuentran en un rango correspondiente a menos de 3.000 dólares, esto se debe a la baja competitividad en el mercado, a la falta de innovación en sus productos textiles, pocos medios de comercialización lo que genera una barrera para la expansión de mercados tanto a nivel nacional e internacional, sin embargo es evidente la diferencia que existe con aquellos emprendedores asiáticos, los cuales generan ingresos por encima de los 60.000 dólares, en nuestra realidad ecuatoriana al generar esa cantidad de ingresos se considera como una empresa establecida, esto se debe a la alta innovación en sus

productos textiles, prendas de vestir con las últimas tendencias en moda, en el cual se tiende a presenciar que los emprendedores poseen un título universitario por tanto, se atribuye a la cantidad de sus ingresos acorde la capacidad de innovación, por lo cual se constata que el menor porcentaje de ingresos se encuentra en más de 50 000 dólares (12,9%), lo que deja como conclusión que Ecuador se ubica en el tercer país de Latinoamérica con la tasa más alta de emprendimiento, pero respecto a su nivel de ingresos es el más bajo de la región, por tanto, no contribuyen significativamente al crecimiento económico, incluso algunos caen en el comercio informal por la necesidad de generar ingresos (Bayon & Lamotte, 2020).

Es bastante curioso evidenciar que en Tungurahua los ingresos de los emprendedores del sector textil no alcanzan lo correspondiente al sueldo básico de cualquier ciudadano al mes, sino la mitad del mismo, lo que resulta poco rentable y sostenible a través del tiempo, una realidad diferente viven los países asiáticos puesto que los emprendedores generan ingresos superiores a sus sueldos de cada mes, esto se debe a que el emprendimiento en dichos países se genera por oportunidad, lo que repercute poner en el mercado productos innovadores, que conlleven valor agregado y esta manera resulten más rentables (Ayob, 2021).

Tabla No. 8

Tabla de frecuencia respecto al género de los emprendedores

		¿Cuál es el género?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	77	55,4	55,4	55,4
	Masculino	62	44,6	44,6	100,0
	Total	139	100,0	100,0	

Nota. Género de los emprendedores textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En el caso de la variable género en la provincia de Tungurahua se observa una mayor concentración en el género femenino, respecto a eso Valenzuela (2003) sostiene que a través de estudios eficientes en América Latina es el género femenino quien se encuentra inmerso con mayor porcentaje en el emprendimiento textil debido a la escasez de empleo y bajos salarios que se les ofrecen en una empresa, por lo que ven

al emprendimiento como una fuente de sostenibilidad para sus hogares, constituyéndose en un factor clave para convertirse en jefas de sus propios negocios. En el presente estudio el 77% de los emprendimientos están liderados por mujeres, se contrarresta la información con Europa, esto se debe a que las mujeres deciden emprender ante la dificultad de ascender en sus puestos de trabajo, o la adaptabilidad a un horario flexible que permita la combinación entre generar ingresos y pasar tiempo con la familia. Sin embargo, en estudios anteriores en Guatemala, es el país con mayor brecha de género, es un país donde se les niega a las mujeres la posibilidad de adentrarse en el mercado, por la falta de confianza en sus capacidades para la generación de nuevos productos textiles, sin embargo, Ecuador hasta el año 2022 fue considerado como el país con mayor paridad de género en la creación de emprendimientos textiles, lo que reconoce que tanto mujeres y hombres cuentan con la habilidades necesarias para plasmar y poner en marcha sus negocios (Dewi, 2022). Por otro lado, en Tungurahua el 62% de los emprendedores textiles pertenecen al género masculino, esta pequeña diferencia entre el emprendimiento femenino se da porque en dicho género el emprendimiento es por oportunidad (Williams & Vorley, 2017).

Tabla No. 9

Tabla de frecuencia respecto al nivel de instrucción formal de los emprendedores

¿En qué nivel de instrucción formal se encuentra?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	86	61,9	61,9	61,9
Bachillerato	30	21,6	21,6	83,5
Título Universitario	20	14,4	14,4	97,8
Maestría o posgrado	3	2,2	2,2	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Nota. Instrucción formal de los emprendedores textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En lo que respecta a la variable educación se evidencia una gran concentración de emprendedores textiles cuya formación académica corresponde a primaria (48,2%), si

bien la educación es una herramienta esencial en los individuos puesto que permite el desarrollo de competencias y habilidades para el desenvolvimiento en distintas áreas, sin embargo, se evidencia una gran cantidad de limitantes para la continuidad de estudios educativos más altos en el Ecuador, los mismos que pueden reflejarse en la falta de recursos económicos o sociales, barreras geográficas o culturales, resultando un detonante en la creación de nuevos emprendimientos, los mismo que nacen de la necesidad de los individuos para satisfacer necesidades básicas lo que genera negocios poco innovadores y carecimiento de valor agregado, cuya realidad resulta ajena comparada con países de Europa, donde se puede evidenciar que el 48% de los emprendedores poseen un título universitario y el menor porcentaje se centra en aquellos que han terminado la primaria, esto se debe a que en los países europeos el emprendimiento se da por oportunidad, lo que se refiere al aprovechamiento de ideas para aumentar el valor, donde muy pocas veces la rentabilidad es el principal objetivo, sin embargo, en nuestro estudio el menor porcentaje (2,2%) se ubica en emprendedores con título universitario, maestría o posgrado, esto se debe a que la única motivación que tienen estos individuos por emprender es la generación de ingresos adicionales a sus salarios estables o simplemente por incorporar al mercado un bien o servicio innovador (Baycan-Levent & Nijkamp, 2009).

Tabla No. 10

Tabla de frecuencia de la edad de los emprendedores

¿Cuál es la edad del dueño del emprendimiento?					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
15-29	18	12,9	12,9	12,9	
30-39	47	33,8	33,8	46,8	
40-59	61	43,9	43,9	90,6	
60-64	6	4,3	4,3	95,0	
Más de 64	7	5,0	5,0	100,0	
Total	139	100,0	100,0		

Nota. Rango de edades de los emprendedores textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

Respecto a la variable edad de los emprendedores se observa mayor puntuación en el intervalo que va de 40-59 años, el mismo supera a más de la mitad del total de los datos, cuyos resultados se contrarrestan con estudios previos de realizados en Japón,

Corea y México donde la edad de los emprendedores oscila entre los 39 a los 55 años esto se debe a la adaptabilidad entre el campo laboral y la familia, sin embargo, resulta diferente a la realidad de la mayoría de países latinoamericanos donde el emprendimiento en mayor porcentaje se da en los jóvenes, cuya realidad se ve totalmente diferente a raíz de la pandemia dejando como resultado que las personas entre los 39 a 55 años obtiene mayor puntuación en actividades emprendedoras, esto se debe a la pérdida de empleo por cuestiones de confinamiento en donde se vio necesario el emprendimiento independientemente el rango (Siqueira et al., 2014).

Tabla No. 11

Financiamiento de los emprendimientos textiles

Financiamiento de los emprendimientos textiles				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Capital propio	56	40,3	40,3	40,3
Crédito de proveedores	4	2,9	2,9	43,2
Préstamos bancarios	10	7,2	7,2	50,4
Préstamos de cooperativas	61	43,9	43,9	94,2
Préstamos de familiares o amigos	6	4,3	4,3	98,6
Recursos de ONG	2	1,4	1,4	100,0
Total	139	100,0	100,0	

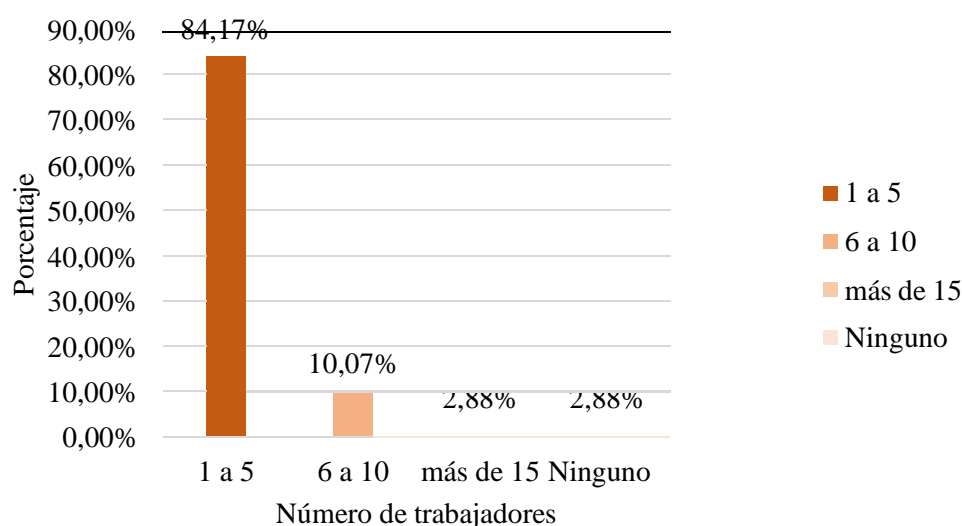
Nota. Tipo de financiamiento en los emprendimientos textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En lo que concierne a la variable financiamiento se observa un porcentaje bastante elevado (43,9%) respecto al financiamiento mediante préstamos de cooperativas para iniciar un emprendimiento textil, frente a ello, en el país se creó el Fondo Emprende Ecuador Productivo como contribución a la expansión de emprendimientos y de esta manera impulsar la innovación productiva a través de instrumentos financieros, que permitan a los emprendedores acceder a capital semilla a bajas tasas de interés (Ponce

& Samaniego, 2023). Sin embargo, el acceso a fuentes de financiamiento presenta barreras sesgadas al género del emprendedor, a la edad y al nivel de ingresos, factores por los cuales se evalúa su capacidad de pago, frente a ello, los emprendedores ecuatorianos buscan nuevos mecanismos para solventar sus gastos y poner en marcha sus negocios. Por tal razón se evidencia el segundo porcentaje más alto en capital propio (40,3%), debido a los limitantes que se presentan al momento de solicitar un crédito que muy pocos son beneficiados. Es evidente la diferencia que existe con los emprendedores textiles colombianos y puertorriqueños donde el miedo al fracaso es en lo que último que piensan, el 96% accede a créditos cuya capital la utilizan en gastos para la constitución formal de sus negocios ante las exigencias burocráticas políticas y legales de su país a la hora de emprender, sin embargo, también se asocia al número de trabajadores de un emprendimiento como un aspecto importante para evidenciar el tamaño del emprendimiento, en la provincia de Tungurahua e 84,17% está conformado por 1 a 5 trabajadores, lo que indica que son pequeños emprendimientos dedicados a la fabricación de prendas de vestir (Zogning, 2023).

Figura No. 2

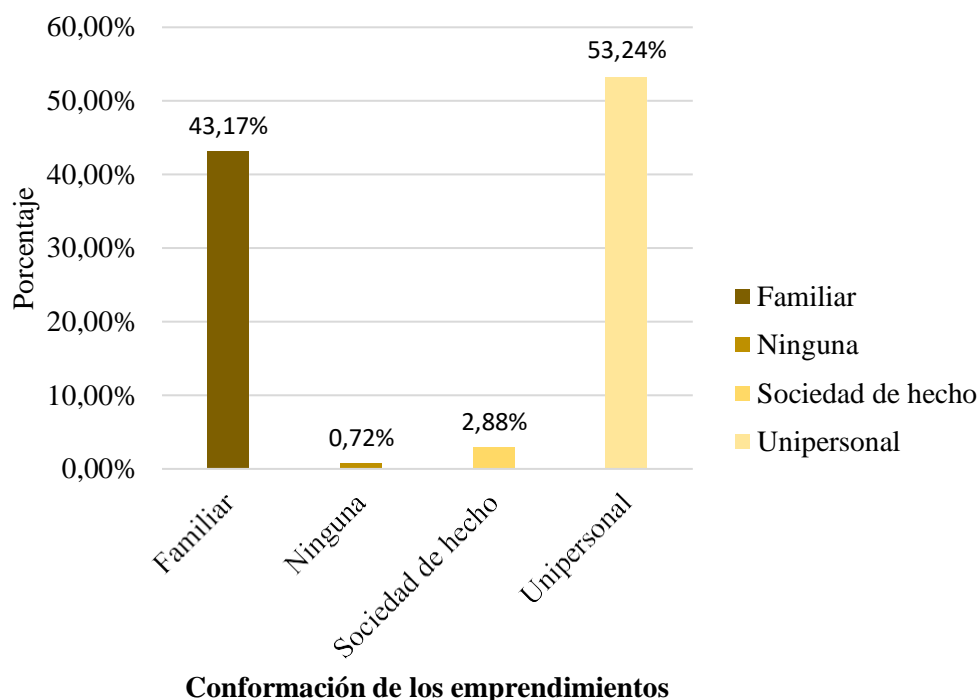
Número de trabajadores emprendimientos textiles



Nota. Número de trabajadores en los emprendimientos textiles en Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

Figura No.3

Conformación de los emprendimientos textiles



Nota. Conformación de los emprendimientos textiles en Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

Otro factor importante es la conformación de los emprendimientos textiles, en el caso del estudio el 53,2 % se da de manera unipersonal, seguido de los emprendimientos familiares en el cual abarca el 43,17% del total, esto se debe a que a la hora de emprender los individuos optan más por formar cadenas, esto se debe a que los emprendedores. En evidencia de ello se contraponen a la idea de los países asiáticos los cuales, prefieren que sus emprendimientos se conformen con compañeros de trabajo o incluso con personas desconocidas pero que compartan la misma idea de emprender, los emprendedores asiáticos no tienen preferencia con realizar actividades económicas con sus familiares, puesto que tienen como criterio socializar con nuevas personas y de esta manera generar oportunidades de crecimiento desde otro ambiente laboral (Martins Desidério et al., 2020).

Tablas cruzadas

Tabla No. 12

Tablas cruzadas entre la edad de los emprendedores y el nivel de ingresos anuales de los emprendimientos textiles

		Relación entre edad e ingresos anuales de los emprendimientos textiles					Total
		Edad					
		15-29 años	30-39 años	40-59 años	60-64 años	Más de 64 años	
Ingresos	Menos de 3000	6	13	21	2	6	48
	Entre 3001 de 5000 USD	2	7	6	0	0	15
	Entre 5 001 a 10 000 USD	3	9	14	0	1	27
	Entre 10001 a 15000 USD	0	2	3	1	0	6
	Entre 15001 a 50000 USD	4	8	12	1	0	25
	Más de 50001 USD	3	8	5	2	0	18
	Total		18	47	61	6	7

Nota. Tabla cruzada entre la edad de los emprendedores y los ingresos anuales de los emprendimientos textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En la tabla 12 se evidencia que los emprendimientos del sector textil liderados por emprendedores de 40 a 59 años generan ingresos anuales menores a \$3.000, donde se concentra el mayor porcentaje (30,9%) del total de emprendimientos en Tungurahua, esto se ve direccionado con las preferencias del consumidor, por tanto, Ramírez Torres (2022), menciona que las tendencias de moda están en constante evolución y los consumidores suelen buscar productos que estén acorde a sus gustos e inclinaciones. Si los emprendedores no están al tanto de estos cambios, es probable que sus productos no sean atractivos para los consumidores, lo que podría reflejarse en bajos niveles de ventas e ingresos, la actualización en las últimas tendencias no solo implica seguir lo que está de moda, sino también la capacidad de innovar y diferenciarse de los demás. Los emprendedores que no están al tanto de la evolución en el mercado pueden tener dificultades para ofrecer productos que se destaquen entre la competencia, lo que

puede afectar negativamente sus ingresos, sin embargo, tan solo el 12,9% representa al total de emprendedores cuyos ingresos anuales son mayores a \$50.001 donde la edad varía entre 30 a 39 años, frente a ello, los jóvenes están más motivados por mejorar sus ingresos u obtener más independencia, además las aspiraciones de crecimiento e innovación, son bastante homogéneas entre emprendedores de todas las edades, sin embargo, la orientación a exportaciones y búsqueda de oportunidades en nuevos mercados es ligeramente mayor para los jóvenes (Botticelli et al., 2017).

Tabla No. 13

Tabla cruzada entre el género del emprendedor y el nivel de ingresos anuales de los emprendimientos textiles

Relación entre género e ingresos anuales de los emprendimientos textiles				
		Genero		Total
		Femenino	Masculino	
Ingresos	Menos de 3000	34	14	48
	Entre 3001 de 5000 USD	7	8	15
	Entre 5 001 a 10 000 USD	12	15	27
	Entre 10001 a 15000 USD	4	2	6
	Entre 15001 a 50000 USD	13	12	25
	Más de 50001 USD	7	11	18
Total		77	62	139

Nota. Tabla cruzada entre el género de los emprendedores y los ingresos anuales de los emprendimientos textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En la tabla 13 se evidencia que el 34,5% de emprendedores tanto hombres como mujeres generan ingresos menores a \$3.000 por año, sin embargo, se observa un mayor número de emprendedores de género masculino que generan ingresos anuales mayores a \$50.001, ésta disparidad en los ingresos entre hombres y mujeres en los emprendimientos textiles puede atribuirse a una serie de factores, se debe a que las mujeres a menudo enfrentan desafíos en el acceso a recursos financieros, tecnológicos y de capacitación en comparación con los hombres, cuya brecha limita su capacidad para expandir sus negocios y aumentar sus ingresos, por otro lado, en muchas sociedades, los roles de género tradicionales asignan a las mujeres la responsabilidad principal del cuidado del hogar y la familia, lo que resulta un limitante de tiempo y

recursos para que las mujeres se dediquen completamente a sus emprendimientos, en comparación con los hombres que pueden tener más libertad para centrarse en sus negocios (Williams & Vorley, 2017). Bajo este escenario, que las mujeres reciben ingresos más bajos por su trabajo en el sector textil, incluso cuando están realizando tareas similares o comparables a las de los hombres.

Tabla No. 14

Tabla cruzada entre el nivel de instrucción del emprendedor y los ingresos anuales de los emprendimientos textiles

		Educacion				Total
		Primaria	Bachillerato	Universitario	Maestría	
Ingresos	Menos de 3000	28	10	9	1	48
	Entre 3001 de 5000 USD	6	6	2	1	15
	Entre 5 001 a 10 000 USD	18	5	3	1	27
	Entre 10001 a 15000 USD	4	1	1	0	6
	Entre 15001 a 50000 USD	16	6	3	0	25
	Más de 50001 USD	14	2	2	0	18
	Total	86	30	20	3	139

Nota. Tabla cruzada entre el nivel de instrucción de los emprendedores y los ingresos anuales de los emprendimientos textiles de la provincia de Tungurahua. Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En la tabla 14 se evidencia que los emprendedores que poseen una instrucción formal primaria generan ingresos menores a \$3.000 al año, sin embargo, los emprendedores que han alcanzado el bachillerato, la universidad e inclusive una maestría también generan los mismos ingresos en la confección de prendas de vestir, por tanto, el nivel de instrucción educativo del emprendedor por sí solo puede no ser suficiente para garantizar el éxito financiero, requiere de una combinación de habilidades empresariales, acceso a recursos y comprensión del mercado para mejorar los ingresos y la sostenibilidad de los emprendimientos textiles (Tobar-Ruiz et al., 2022).

Estimación del modelo

Cumplimiento del Objetivo 2.

Para cumplir con lo establecido en el objetivo específico dos y determinar cómo los factores socioeconómicos inciden en el nivel de ingreso por venta de los emprendimientos textiles en la provincia de Tungurahua en el año 2021, se aplicó un modelo de mínimos cuadrados ordinarios (MCO), que define en qué medida las variables socioeconómicas del emprendedor, tales como la edad, género y nivel de instrucción representan un ente significativo en la generación de ventas anuales en la provincia. Con el fin de cumplir el procedimiento establecido, según la econometría para la estimación de un modelo de mínimos cuadrados ordinarios, se cuenta con una variable dependiente categórica, por tanto, se realizó una codificación de dichos rangos, donde los ingresos que son menores a 3.000 usd anuales está representado por “1”, los ingresos que se encuentran en un rango de entre 3.001 a 5.000 usd está representado por “2”, los ingresos entre 5.001 a 10.000 usd están representados por “3”, los ingresos que van entre 10.001 a 15.000 usd representados por “4”, lo ingresos que van entre 15.001 a 50.000 usd representados por “5”, finalmente, los ingreso que se encuentran entre más de 50.001 usd cuya codificación está representada por “6”, como se lo detallo en el procesamiento de la información.

Tabla No. 15

Resultados modelo econométrico de mínimo cuadrados ordinarios (MCO)

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	2.41080	0.46048	5.235	6.5e-07 ***
Género Masculino	1.08938	0.31307	3.480	0.00685***
Edad 30-39 años	-0.08507	0.51618	-0.165	0.869350
Edad 40-59 años	-0.64197	0.51320	-1.251	0.213224
Edad 60-64 años	0.35864	0.85272	0.421	0.674755
Edad Más de 64	-261.420	0.84948	-3.077	0.002551 **
Educación Maestría o Posgrado	-104.385	1.09299	-0.955	0.341347
Educación Primaria	0.68226	0.42271	1.614	0.108970.
Educación Título Universitario	0.38614	0.54963	0.703	0.483598

Nota. Resultados aplicación del modelo econométrico mínimos cuadrados ordinarios (MCO). Fuente: elaboración propia basada en el Censo de Emprendimientos de Tungurahua 2021.

En este sentido en la tabla 15 los resultados muestran que la variable género de los emprendedores es significativa, es decir, en Tungurahua los emprendimientos se encuentran liderados por hombres, cuyo rango de edad se encuentran en más de 64 años. Bajo este escenario, Siqueira et al. (2014), menciona que este suceso se debe a que las personas inmersas en este campo son aquellas que han alcanzado su jubilación, por otra parte, en la mayoría de los casos se debe al desafío considerable que representa el encontrar empleo en la tercera edad, en un mercado laboral cada vez más competitivo y cambiante, pero deseo por seguir generando ingresos y sentirse independientes los hacen mediante la incursión de emprendimientos, y en este caso, en la fabricación de prendas de vestir. Es impactante evidenciar que los emprendedores con educación primaria son significativos en la generación de ingresos anuales, lo que significa que los mismos van de \$5.001 hasta \$10.000 en comparación con los emprendedores de instrucción formal de bachillerato, título universitario y posgrado. Esto quiere decir, que las variables independientes, en este caso los factores socioeconómicos son estadísticamente significativos para la explicación de la variable dependiente (ingresos anuales) en los emprendimientos del sector textil, lo que significa que el género del emprendedor, la edad y nivel instrucción formal inciden el nivel de ingresos, a continuación, se presenta una tabla de ellos estadísticos de ajuste del modelo:

Tabla No. 16

Estadísticas de ajuste del modelo

Estadísticas de ajuste del modelo	
Residual standard error	1.749
Multiple R-squared	0.1644
Adjusted R-squared	0.1113
F-statistic	3.197
p-value	0.002407

Nota. Estadísticas de ajuste del modelo. Fuente: elaboración propia.

En este sentido en la tabla 13, al analizar los estadísticos de ajuste del modelo, se tiene el R-squared de 0.1113, es decir que 16,9% de variabilidad de la variable dependiente está siendo explicada por la variable independiente, lo que indica que el modelo explica una proporción limitada de la variabilidad entre los factores socioeconómicos del emprendedor y el nivel de ingresos anuales de los emprendimientos. Por otro lado,

al evaluar el p-value del modelo se evidencia que es igual a 0.002407 lo que indica que el modelo en conjunto es significativo, puesto que es $p\text{-value} > 0.05$, lo que me ayudará a la aceptación o refutación de la hipótesis,

Cumplimiento de los supuestos del modelo econométrico

Linealidad o Especificación

Se utiliza el contraste de RESET test para saber si el modelo esta correctamente especificado.

H_0 : Modelo correctamente especificado

H_1 : Modelo no correctamente especificado

Tabla No. 17

Contraste de RESET test

RESET test
data: modelo
RESET=0.87221, df1=2, df2=127, pvalue=0.4205

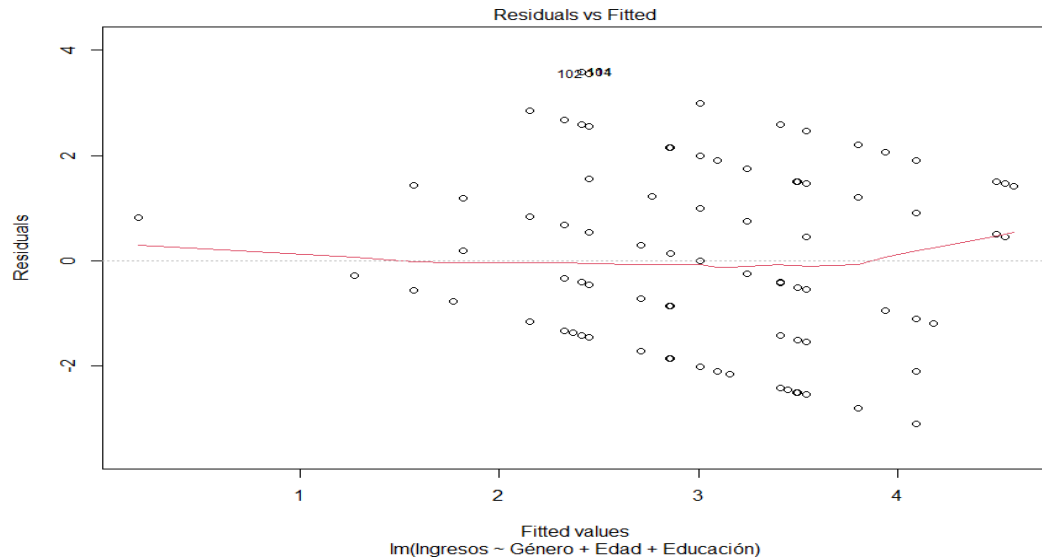
Nota. Contraste e RESET test para saber si el modelo está correctamente especificado.

Fuente: elaboración propia.

Realizando el contraste de RESET test se tiene el valor del $p\text{-value}=0.4205$ al ser mayor que a 0.005 se rechaza la hipótesis nula, es decir, que el modelo no se encuentra correctamente especificado. El no cumplimiento de los supuestos puede estar sujeto a la presencia de variables categóricas, en este caso todas las variables utilizadas (edad, género y nivel de instrucción) como variables independientes del modelo, las cuales se encuentran por rangos, de igual forma la variable dependiente (ingresos) es una variable categórica, por tal motivo se procedió a la codificación, con el objetivo de que se más manipulable a la hora del estudio.

Figura No. 4

Supuesto de Linealidad



Nota. Supuesto de linealidad. Fuente: elaboración propia mediante el Software RStudio

Independencia de los errores

Para verificar la independencia de los errores se realiza la prueba de autocorrelación de Durbin-Watson.

H_0 : No autocorrelación

H_1 : Autocorrelación

Tabla No. 18

Prueba de autocorrelación Durbin-Watson

Durbin-Watson Test	
data:	Modelo
DW= 1.6476	p-value = 0.01482

Nota. Prueba de Durbin-Watson. Fuente: elaboración propia mediante el Software RStudio

La prueba de Durbin-Watson $DW = 1.6476$ refleja que existe autocorrelación positiva en los residuos. Como el valor del *p-valor de 0.01482* es menor a 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alternativa, por tanto, se cumple el supuesto de no autocorrelación en el modelo.

Supuesto de Homocedasticidad

Para verificar si el modelo tiene homocedasticidad se realiza la prueba de Breusch-Pagan.

H_0 : Homocedasticidad

H_1 : Heterocedasticidad

Tabla No. 19

Prueba de Breusch-Pagan

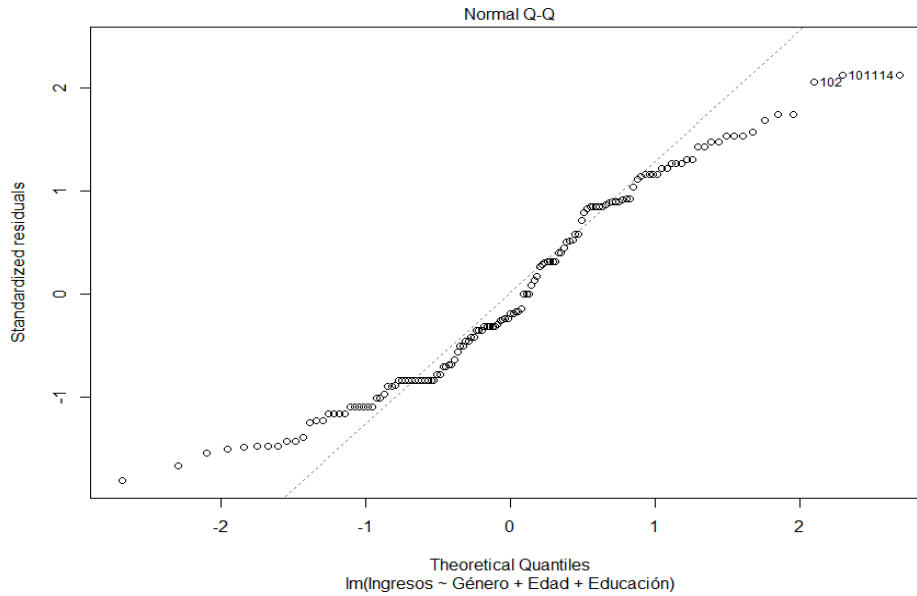
Studentized Breusch-Pagan	
data: BP= 11.533	Modelo p-value = 0.2409

Nota. Prueba de Breusch-Pagan. Fuente: elaboración propia mediante el Software RStudio

En la tabla 19 mediante la prueba de Breusch-Pagan, el valor del $p\text{-value} = 0.2409$ es mayor a 0.05 en este caso se rechaza la hipótesis nula, es decir, que en el modelo hay presencia de heteroscedasticidad. En otras palabras, la heterocedasticidad ocurre cuando la varianza de los errores no es constante en todas las observaciones de los datos. Esto puede suceder cuando los errores tienen una variabilidad diferente en diferentes partes del rango de valores de las variables explicativas.

Figura No. 5

Supuesto de Homocedasticidad



Nota. Supuesto del supuesto tres: homocedasticidad del modelo. Fuente: elaboración propia mediante el Software RStudio

Supuesto de Normalidad

H_0 : No normales

H_1 : Normales

Tabla No. 20

Prueba de Jarque-Bera

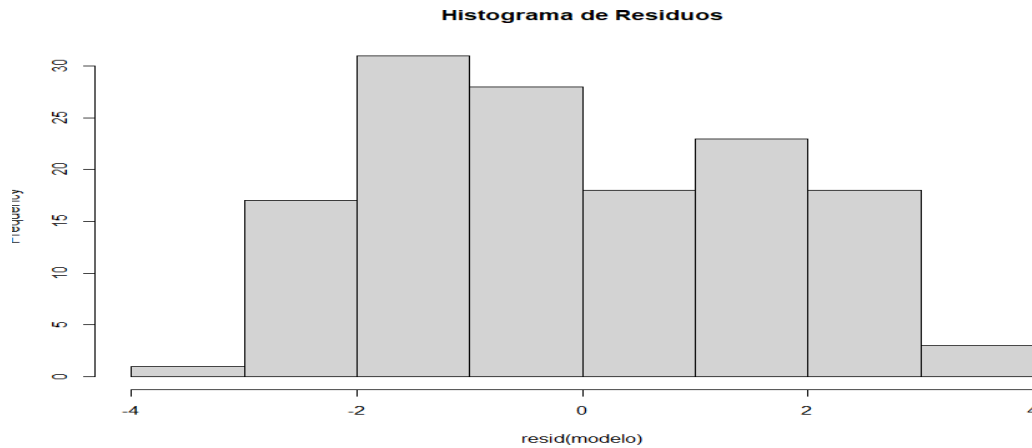
Jarque-Bera Normality Test
data: as.vector(modelo\$residuals)
JB = 7.9858, p-value= 0.01845
alternative hypothesis: greater

Nota. Prueba de Jarque-Bera. Fuente: elaboración propia mediante el Software RStudio

En la tabla 20 se analiza la prueba de Jarque-Bera se observa que se cumple con el supuesto de normalidad, observamos que el *p-value* es igual a $0.01845 < 0,05$, por tanto, se acepta la hipótesis nula y se da con el cumplimiento del presente supuesto.

Figura No.6

Histograma de residuos



Nota. Historial de Residuos. Fuente: elaboración propia mediante el Software RStudio

Supuesto de no colinealidad

***H*₀**: No autocorrelación

***H*₁**: No colinealidad

Tabla No. 21

Supuesto de no colinealidad

Factores de inflación de la varianza			
	GVIF	Df	GVIF ^{1/(2*Df)}
Género	1.103.695	1	1.050.569
Edad	1.373.759	4	1.040.492
Educación	1.347.134	4	1.037.950

Nota. Prueba de no colinealidad. Fuente: elaboración propia mediante el Software RStudio

Cálculo de la tolerancia (o su inversa, el Factor de Inflación de la tolerancia, TIF), se relaciona con el Factor de Inflación de la Varianza (VIF) mediante la siguiente relación:

$$TIF = \frac{1}{GVIF} \quad [2]$$

Se procede a la realización del cálculo para cada variable independiente en estudio:

1. Variable Género

$$TIF = \frac{1}{1.10369} = 0.905$$

2. Variable Edad

$$TIF = \frac{1}{1.373759} = 0.728$$

2. Variable Educación

$$TIF = \frac{1}{1.347134} = 0.742$$

En la tabla 16 variable género presenta un VIF = 1.10369, por tanto, el valor indica una leve presencia de multicolinealidad, sin embargo, el TIF = 0.905, cuyo valor es cercano a 1, indicando que la tolerancia es relativamente alta, y la multicolinealidad no es un problema significativo para la dicha variable. Por otro lado, en lo que concierne a la variable edad se evidencia un VIF = 1.373759, lo que indica cierta presencia de multicolinealidad, en embargo el TIF = 0.728, cuyo valor es menor, indicando que la tolerancia es un poco más baja, pero, aun así, la multicolinealidad no es un problema para la variable. Finalmente, en la variable educación el VIF= 1.347134 es similar a la edad lo que indica cierta presencia de multicolinealidad, por otro lado, el TIF = 0.742 deja en evidencia que la tolerancia es más baja, pero aun así no existe presencia de multicolinealidad.

4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación

En base a los resultados obtenidos por medio de la estimación del modelo econométrico de mínimos cuadrados ordinarios (MCO), se puede definir que para el caso de la variable factores socioeconómicos (edad, género y nivel de instrucción) de los emprendedores, la misma es estadísticamente significativa para explicar los cambios en los ingresos por venta anuales de los emprendimientos textiles durante el periodo de estudio, puesto que tiene un *p-valor de 0.002407* menor a 0.05.

Basándose en esto se estimó que los factores socioeconómicos de los emprendedores influyen en el nivel de ingresos por venta de los emprendimientos dentro del sector textil.

Por tanto, es necesario estudiarlo independientemente para cada variable:

Ho: El género de los emprendedores no incide en el ingreso por venta de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua

H1: El género de los emprendedores inciden el ingreso por venta anual de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua.

Tabla No. 22

Verificación de la variable género.

Variable	Pr(> t)		Hipótesis
Masculino	0.000846	***	Se rechaza la hipótesis nula

(Significativo al 0%)

Nota. Verificación de la hipótesis de la variable género. Fuente: elaboración propia.

Ho: La edad de los emprendedores no incide en el ingreso por venta de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua

H1: La edad de los emprendedores incide el ingreso por venta anual de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua.

Tabla No. 23

Verificación de la hipótesis de la variable edad

Variable	Pr(> t)	Hipótesis
Más de 64 años	0.001729	** Se rechaza la hipótesis nula

(Significativo al 0.001 %)

Nota. Verificación de la hipótesis de la variable edad. Fuente: elaboración propia.

H₀: El nivel de instrucción formal de los emprendedores no incide en el ingreso por venta de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua

H₁: El nivel de instrucción formal de los emprendedores incide el ingreso por venta anual de los emprendimientos del sector textil en la provincia de Tungurahua.

Tabla No. 24

Verificación de la hipótesis de la variable instrucción formal

Variable	Pr(> t)	Hipótesis
Primaria	0.055203	. Se rechaza la hipótesis alternativa

(Significativo al 0.05 %)

Nota. Verificación de la hipótesis de la variable instrucción formal. Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

A continuación, se establecerán las conclusiones generadas para cada uno de los objetivos específicos planteados:

- Respecto al objetivo específico uno que buscó describir los factores socioeconómicos de los emprendedores dentro del sector textil en el año 2021, se puede concluir que durante el periodo de estudio es el género masculino quien lidera los emprendimientos textiles en la provincia, mientras que por el lado de la edad, son aquellos emprendedores que se encuentran un rango de 40 a 59 años, donde la educación es casi irrelevante puesto que la mayoría de emprendedores cuentan con una instrucción formal de primaria, el número de trabajadores se centra en 1 a 5 considerados por su conformación como pequeños emprendimientos.
- Con relación a identificar los principales determinantes en la generación de ingresos anuales en los emprendimientos textiles, los resultados arrojaron que los factores socioeconómicos (edad y género) son estadísticamente significativos, por otro lado, el nivel de instrucción formal no es estadísticamente significativo, los resultados denotan una brecha entre los ingresos de los emprendedores de género masculino respecto a los de género femenino, por otro lado, son los emprendedores con más de 64 años y una instrucción formal que va desde primaria hasta maestría quienes resultan significativos respecto a los demás emprendedores más jóvenes y más capacitados, por tanto, se concluye que la educación no es un factor socioeconómico determinante a la hora de generar mayores ingresos en el sector textil.

5.2 Limitaciones del estudio

Una vez generada las conclusiones en respuesta a los objetivos específicos para cada uno de los puntos planteados. se determina que no existieron limitaciones a lo largo de la investigación, esto debido a que diversos aspectos relacionados a la revisión de la

literatura, la existencia de diversos tipos de datos, informes institucionales ayudaron a entender a detalle el fenómeno de estudio.

5.3 Futuras líneas de investigación

Una vez concluido este estudio y presentadas las principales limitaciones, a continuación, se propondrá diversas líneas de investigación que se deberían desarrollar dentro del tema factores socioeconómicos en los emprendimientos textiles. Al identificar posibles temas que permitan entender a una mayor profundidad la relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de ingresos. • Determinante de las exportaciones de prendas de vestir desde Ecuador a los mercados mundiales. • Competitividad de los emprendimientos textiles como producto nacional ecuatoriano en los mercados internacionales. • Efectos de los factores socioeconómicos en el éxito o fracaso de los emprendimientos textiles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aadland, T., Education, L. A.-E. J. of E., & 2020, undefined. (2020). An entrepreneurship education taxonomy based on authenticity. *Taylor & Francis*, 45(5), 711–728. <https://doi.org/10.1080/03043797.2020.1732305>
- Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud En Tabasco*, 11(1–2), 333–338. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- Alcaraz Rodríguez, R. (2006). *Emprendedor Éxito* (Cuarta Edición).
- Alnafrah, I., & Mouselli, S. (2020). The Role of National Innovation Systems in Entrepreneurship Activities at Baltic State Countries. *Journal of the Knowledge Economy*, 11(1), 84–102. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0537-x>
- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46(1), 1–15. www.gemconsortium.org.
- Analuisa, A., Javier, D. I., Flores, L., Castro, J., & Fernando III, W. (2020). El emprendimiento del sector textil y confecciones en el desarrollo económico territorial. *EPISTEME*, 7(3), 306–320.
- Analuisa Altamirano, J. D., Flores Lara, A., & Castro Jiménez, W. F. (2020). El emprendimiento del sector textil y confecciones en el desarrollo económico. *EPISTEME*, 7(3), 306–320.
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda-Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Redalyc.Org*, 63(2), 201–206. www.nietoeditores.com.mx
- Arroba Freire, E. M., Guedez Mujica, A. G., Molina Arcos, I. A., & Cando Pilatasig, V. J. (2022a). Caracterización del consumidor del sector textil, desde la perspectiva de productores y comerciantes. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 26(115), 126–134. <https://doi.org/10.47460/uct.v26i115.625>

- Arroba Freire, E. M., Guedez Mujica, A. G., Molina Arcos, I. A., & Cando Pilatasig, V. J. (2022b). Consumer characterization of the textile sector; from the perspective of producers and traders in the city of Ambato province of Tungurahua. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 26(115), 126–134. <https://doi.org/10.47460/uct.v26i115.625>
- Avelar, S., Borges-Tiago, T., Almeida, A., & Tiago, F. (2024). Confluence of sustainable entrepreneurship, innovation, and digitalization in SMEs. *Journal of Business Research*, 170, 114346. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2023.114346>
- Ayob, A. H. (2021). Entrepreneurship education, institutions and student entrepreneurship: a cross-country analysis. *Compare*, 51(5), 745–763. <https://doi.org/10.1080/03057925.2019.1673701>
- Baycan-Levent, T., & Nijkamp, P. (2009). Characteristics of migrant entrepreneurship in Europe. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(4), 375–397. <https://doi.org/10.1080/08985620903020060>
- Bayon, M. C., & Lamotte, O. (2020). Age, labour market situation and the choice of risky innovative entrepreneurship. *Applied Economics Letters*, 27(8), 624–628. <https://doi.org/10.1080/13504851.2020.1728221>
- Benavides-Sánchez, E. P., Moya-Clemente, I., & Ribes-Giner, G. (2022). Emprendimiento Sostenible y Objetivos de Desarrollo Sostenible un análisis bibliométrico. *Tec Empresarial*, 16(1), 101–122. <https://doi.org/10.18845/te.v16i1.5994>
- Bettinelli, C., Sciascia, S., Randerson, K., & Fayolle, A. (2017). Researching Entrepreneurship in Family Firms. In *Journal of Small Business Management* (Vol. 55, Issue 4, pp. 506–529). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12347>
- Bosma, N., & Sternberg, R. (2014). Entrepreneurship as an Urban Event? Empirical Evidence from European Cities. *Regional Studies*, 48(6), 1016–1033. <https://doi.org/10.1080/00343404.2014.904041>

- Carrasco-Morales, L., Mantilla-Falcón, L. M., Valencia-Núñez, E. R., Valle-Álvarez, A. T., & Llumitaxi-Burgasí, E. J. (2019). El emprendimiento juvenil: Una mirada al interior de la universidad ecuatoriana. *Revista Inclusiones*, 6(1), 418–433.
- Castro Núñez, B., & Santero Sánchez, R. (2014). Caracterización del emprendimiento autónomo en España. Un análisis desde la perspectiva de género. *ESIC Market*, 45(149). <https://doi.org/10.7200/esicm.149.0453.2e>
- Cisneros-Caicedo, A. J., Urdánigo-Cedeño, J. J., Guevara-García, A. F., & Garcés-Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Revista de Ciencias Económicas*, 8(1), 1165–1185. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>
- Davidsson, P., & Sufyan, M. (2023). What does AI think of AI as an external enabler (EE) of entrepreneurship? An assessment through and of the EE framework. *Journal of Business Venturing Insights*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00413>
- Dávila Morán, R. C., Martín-Bogdanovich, M. M., Lindomira Castro, L., Pari Bedoya, I. N. M. de la A., & López Gómez, H. E. (2022). Emprendimiento en personas de la tercera edad. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(5), 264–271. <https://orcid.org/0000-0003-3181-8801>
- Dettori, B., Marrocu, E., & Paci, R. (2012). Total Factor Productivity, Intangible Assets and Spatial Dependence in the European Regions. *Regional Studies*, 46(10), 1401–1416. <https://doi.org/10.1080/00343404.2010.529288>
- Dewi, V. I. (2022). How do demographic and socioeconomic factors affect financial literacy and its variables? *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2077640>
- Duana Avila, D., Hernández Gracia, T. J., & Torres-Flórez, D. (2021a). Competitiveness of the textile industry in the face of the COVID-19 pandemic. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(Special Issue 6), 318–332. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.19>
- Duana Avila, D., Hernández Gracia, T. J., & Torres-Flórez, D. (2021b). Competitividad de la industria textil ante la pandemia de COVID-19. *Revista*

Venezolana de Gerencia, 26(Special Issue 6), 318–332.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.19>

- El Heraldo. (2021, March 13). *Radiografía de los emprendimientos en Tungurahua*.
- ESPAE. (2023, March 3). *Oportunidades y desafíos del ecosistema de emprendimiento femenino*.
- Ferreto Gutiérrez, E., Lafuente, E., & Leiva, J. C. (2018). Capital Humano y factores Sociológicos como determinantes del emprendimiento. *TEC Empresarial*, 12(3), 43–49.
- Folgueira Lombardero, P., & Menéndez Méndez, M. (2015). Las fuentes secundarias y el historiador: una reflexión a partir de lo digital y lo literario. *Tiempo y Sociedad*, 21, 159–176.
- Gabriela Ordoñez Altamirano, L., Alejandra Valencia Trujillo, K., & Luis López Salazar, J. (2020). Emprendimiento e Innovación en Ecuador Entrepreneurship and Innovation in Ecuador. *IAC Edición Número 1, 1*.
- Gang, I. N., Raj Natarajan, R., & Sen, K. (2022). Finance, Gender, and Entrepreneurship: India's Informal Sector Firms. *Journal of Development Studies*, 58(7), 1383–1402. <https://doi.org/10.1080/00220388.2022.2061855>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2010). *Econometría* (Vol. 736).
- Helm, S. T., & Andersson, F. O. (2010). Beyond taxonomy: An Empirical Validation of Social Entrepreneurship in the Nonprofit Sector. *Nonprofit Management and Leadership*, 20(3), 259–276. <https://doi.org/10.1002/nml.253>
- Holcombe, R. G. (2003). The origins of entrepreneurial opportunities. *Review of Austrian Economics*, 16(1), 25–43. <https://doi.org/10.1023/A:1022953123111>
- Hortovanyi, L., Morgan, R. E., Herceg, I. V., Djuricin, D., Hanak, R., Horvath, D., Mocan, M. L., Romanova, A., & Szabo, R. Z. (2023). Assessment of digital maturity: the role of resources and capabilities in digital transformation in B2B firms. *International Journal of Production Research*. <https://doi.org/10.1080/00207543.2022.2164087>
- IBM Corporation. (2023). *SPSS Statistics*.

- Kibler, E., & Laine, L. (2023). Counternarrating entrepreneurship. *Business History*.
<https://doi.org/10.1080/00076791.2023.2177637>
- Korosteleva, J., & Stępień-Baig, P. (2020). Climbing the poverty ladder: the role of entrepreneurship and gender in alleviating poverty in transition economies. *Entrepreneurship and Regional Development*, 32(1–2), 197–220.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640482>
- Lezanski, P., Mattio, A., & Merino, S. (2010). *Microemprendimientos* (Maipue).
- Ludeña-Pérez, A. F., Serdán-Valencia, K. N., & Romero-Hidalgo, O. M. (2022). Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura. *Economía y Negocios*, 13(1), 119–132.
<https://doi.org/10.29019/eyn.v13i1.917>
- Maiza Eras, C., Rivera Badillo, P., & Morales Urrutia, D. (2020). El fracaso de la actividad emprendedora en el contexto latinoamericano. *Uniandes Episteme*, 7(2), 162–176.
- Martins Desidério, P. H., Marques, J. C., Cardoso Sobrinho, C. A., Bittencourt, I. M., & Neder, R. (2020). Models of Innovation in University - Company Interaction : observations in innovation agencies aand business organizations. *International Journal of Innovation - IJI*, 8(3), 466–488.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5585/iji.v8i3.17392>.
- Migdadi, M. M. (2021). Knowledge management, customer relationship management and innovation capabilities. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(1), 111–124. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2019-0504>
- Molina Arcos, I. A., Tamayo Viera, J. O., Pérez Yauli, V. L., & Arroba Freire, E. M. (2022a). Determinantes de compra del consumidor de prendas de vestir en la provincia de Tungurahua. *REVISTA ERUDITUS*, 3(1), 43–61.
<https://doi.org/10.35290/re.v3n1.2022.520>
- Molina Arcos, I. A., Tamayo Viera, J. O., Pérez Yauli, V. L., & Arroba Freire, E. M. (2022b). Determinantes de compra del consumidor de prendas de vestir en la provincia de Tungurahua. *REVISTA ERUDITUS*, 3(1), 43–61.
<https://doi.org/10.35290/re.v3n1.2022.520>

- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1), 12–35. <https://doi.org/10.1108/13552520610638256>
- Ngono, J. F. L. (2021). Financing women's entrepreneurship in Sub-Saharan Africa: bank, microfinance and mobile money. *Labor History*, 62(1), 59–73. <https://doi.org/10.1080/0023656X.2020.1851666>
- Nyakudya, F. W., Simba, A., & Herrington, M. (2018). Entrepreneurship, gender gap and developing economies: the case of post-apartheid South Africa. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 30(4), 293–324. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1412612>
- Ogundana, O. M., Simba, A., Dana, L. P., & Liguori, E. (2021). Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model. *Journal of Small Business Management*, 59(sup1), S42–S72. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1938098>
- Olutuase, S. O., Brijlal, P., & Yan, B. (2023). Model for stimulating entrepreneurial skills through entrepreneurship education in an African context. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 35(2), 263–283. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1786645>
- Pájaro Huertas, D. (2002). La formulación de Hipótesis. *Cinta de Moebio*, 1(15), 1–19. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10101506>
- Palomino, J. C. V., Bernal, P. M. P., & Barbier, P. J. A. (2023). Identificación de factores sociales y económicos que influyen en el emprendimiento mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Contaduría y Administración*, 68(4), 88–106. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.4823>
- Pastran, A. L. (2021). Acción por el Clima: Emprendedores Sostenibles (ODS 12 Producción y Consumo Responsable). *Acción Por El Clima*, 128, 221–233.
- Paz Calderón, Y., & Espinosa Espíndola, M. T. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116–137. <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.117>

- Peña-Asenjo, S., Castañeda-Chinchay, D., & Bernal-Pacheco, J. (2022). Planificación de la producción en empresas del sector textil en Latinoamérica: una revisión sistemática de la literatura. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, 2022-July*, 1–10. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2022.1.1.196>
- Peng, H., Chang, Y., & Liu, Y. (2023). Risk preference, prior experience, and serial entrepreneurship performance: evidence from China. *Asia Pacific Business Review*, 29(3), 613–631. <https://doi.org/10.1080/13602381.2021.2012987>
- Pérez-Fuentes, D., & Castillo-Loaiza, J. (2016). Capital humano, teorías y métodos: importancia de la variable salud. *Economía Sociedad y Territorio*, 16(52), 651–673.
- Ponce, P. B., & Samaniego, C. L. (2023). Financiación para nuevos emprendimientos en Ambato. *Brazilian Journal of Business*, 5(1), 105–133. <https://doi.org/10.34140/bjbv5n1-007>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3, 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Ramírez Torres, W. E. (2022). Gestión del capital humano por competencias laborales en el contexto empresarial: *Lúmina*, 23(1), E0019. <https://doi.org/10.30554/lumina.v23.n1.4081.2022>
- Rasmussen, E., & Sørheim, R. (2012). Obtaining early-stage financing for technology entrepreneurship: Reassessing the demand-side perspective. *Venture Capital*, 14(2–3), 77–89. <https://doi.org/10.1080/13691066.2012.667908>
- Reina Gutiérrez, W., Sepúlveda Rivillas, C. I., & González Uribe, G. J. (2017). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(1). <https://doi.org/10.18359/rfce.3144>
- Rendón-Macías, M. E., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda-Novales, M. G. (2016). Estadística descriptiva. *Rev Alerg Mex*, 63(4), 397–407. <http://www.revistaalergia.mx>

- Rodrigo-Cano, D., Picó, M. J., & Dimuro, G. (2019). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *Retos(Ecuador)*, 9(17), 25–36. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.02>
- Rojas Crotte, I. R. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Revista Iberoamericana de Investigación Educativa*, 12(24), 277–297.
- Romero-Ibáñez, G., López-Fernández, Y., Mora-Sánchez, N., & Romero-Black, W. (2021). Creación de emprendimientos y su incidencia en las personas naturales de la ciudad de Machala. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(5), 180–190. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.687>
- Salazar-Fonseca, C., & Jiménez-Castro, W. (2022). Reactivación económica post Covid-19: Estrategias corporativas en el sector textil de Ambato. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(3–1), 48–61. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3-1.1129>
- Salinas Martínez, A. M. (2004). Métodos de Muestreo. *Ciencia Universidad Autónoma de Nuevo León*, 1(1), 121–123.
- Sastre, R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Redalyc. Org*, 1, 1–10.
- Shahid, M. S., Hossain, M., Shahid, S., & Anwar, T. (2023). Frugal innovation as a source of sustainable entrepreneurship to tackle social and environmental challenges. *Journal of Cleaner Production*, 406(1), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137050>
- Sieg, P., Posadzińska, I., & Józwiak, M. (2023). Academic entrepreneurship as a source of innovation for sustainable development. *Technological Forecasting and Social Change*, 194(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122695>
- Siqueira, A. C. O., Mariano, S. R. H., & Moraes, J. (2014). Supporting Innovation Ecosystems with Microfinance: Evidence from Brazil and Implications for Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(3), 318–338. <https://doi.org/10.1080/19420676.2014.927388>

- Strawser, J. A., Hechavarría, D. M., & Passerini, K. (2021). Gender and entrepreneurship: Research frameworks, barriers and opportunities for women entrepreneurship worldwide. In *Journal of Small Business Management* (Vol. 59, Issue sup1, pp. S1–S15). Taylor and Francis Ltd. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1965615>
- Suárez Hernández, J., & Ibarra Mirón, S. (2016). La Teoría de los recursos y las capacidades un enfoque actual en la estrategia empresarial. *Dialnet*, 1(1), 1–27.
- Terán-Yépez, E. F., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(1), 1–16.
- Tobar-Ruiz, M. I., Sánchez-Salazar, M. I., & Carrillo Arteaga III, T. (2022). Ciencias Técnicas y Aplicadas Artículo de Investigación. *Dialnet*, 7(7), 1235–1259. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i7>
- Useche-Aguirre, M. C., Pereira-Burgos, M. J., & Barragán-Ramírez, C. A. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos(Ecuador)*, 11(22), 265–280. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>
- Valencia-Arias, A., Gutiérrez Flórez, L., & Alexandra Montoya Restrepo, L. (2017). *Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas **. <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/948/1395>
- Walter, S. G., & Dohse, D. (2012). Why mode and regional context matter for entrepreneurship education. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24(9–10), 807–835. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.721009>
- Weiming, L., Chunyan, L., & Xiaohua, D. (2016). Ten Years of Entrepreneurship Education at Chinese Universities: Evolution, Problems, and System Building. *Chinese Education and Society*, 49(3), 198–216. <https://doi.org/10.1080/10611932.2016.1218250>
- Wheadon, M., & Duval-Couetil, N. (2019). Token entrepreneurs: a review of gender, capital, and context in technology entrepreneurship. *Entrepreneurship and*

Regional Development, 31(3–4), 308–336.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551795>

Williams, N., & Vorley, T. (2017). Fostering productive entrepreneurship in post-conflict economies: the importance of institutional alignment. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(5–6), 444–466.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1297853>

Xu, B., Yu, H., & Li, L. (2021). The impact of entrepreneurship on regional economic growth: a perspective of spatial heterogeneity. *Entrepreneurship and Regional Development*, 33(3–4), 309–331.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2021.1872940>

Zogning, F. (2023). Financial inclusion, inclusive entrepreneurship, and alternative financing options. In *Journal of Small Business and Entrepreneurship* (Vol. 35, Issue 1, pp. 8–13). Taylor and Francis Ltd.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2022.2120345>