

Análisis del índice de motivación de mujeres para organizarse un modelo cooperativo, caso: departamento de Estelí, 2023

Analysis of the motivation index of women to organize a cooperative model, case: department of Estelí, 2023

Justa Pastora Amador Ruiz, Leuvad Tercero Lola, Jessenia Torrez Trujillo, Verónica Quintanilla Sampson

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León

Autor de correspondencia. Email: jamador@ce.unanleon.edu.ni

Recibido: 18-10-2023

Aceptado: 15-12-2023

Resumen

En el contexto de países en desarrollo como Nicaragua, la investigación sobre el emprendimiento femenino se enfrenta a desafíos sustanciales. Las mujeres encuentran obstáculos significativos, recursos limitados, dificultades en la conciliación entre el trabajo y la vida familiar, discriminación de género y la oposición de sociedades patriarcales. (Yadav y Unni, 2016).

A pesar de los retos, el gobierno nicaragüense implementa esfuerzos para apoyar las capacidades de los pequeños y medianos empresarios, lo que reviste una importancia crítica para el desarrollo económico (Langowitz y Minniti, 2007; Hart, 2004). Aplicando un estudio cuantitativo con alcance correlacional, y una encuesta por muestreo no probabilístico por conveniencia en 74 mujeres emprendedoras organizadas en cooperativa, procesando los datos a partir de estadísticos descriptivos; análisis factorial, se obtuvo un promedio general de motivación de 4.39, lo que demuestra que las emprendedoras se encuentran motivadas. A partir del PROBIT ordinal, se estimó que las variables: estado civil, nivel de escolaridad, discriminación de género, acceso a financiamiento y otras fuentes externas de ingreso tienen significancia estadística con el Índice de Motivación al Organizarse en Cooperativa.

Palabras clave: emprendimiento de mujeres, índice de motivación, modelo probit ordinal, teoría de maslow.

Abstract

In the context of developing countries like Nicaragua, research on female entrepreneurship faces substantial challenges. Women encounter significant obstacles, limited resources, difficulties in reconciling work and family life, gender discrimination and opposition from patriarchal societies. (Yadav and Unni, 2016).

Despite the challenges, the Nicaraguan government implements efforts to support the capabilities of small and medium-sized entrepreneurs, which is critically important for economic development (Langowitz and Minniti, 2007; Hart, 2004). Applying a quantitative study with a correlational scope, and a non-probabilistic convenience sampling survey in 74 entrepreneurial women organized in a cooperative, processing the data from descriptive statistics; factorial analysis, a general motivation average of 4.39 was obtained, which shows that the entrepreneurs are motivated. From the ordinal PROBIT, it was estimated that the variables marital status, level of education, gender discrimination, access to financing and other external sources of income have statistical significance with the Motivation Index when Organizing as a Cooperative.

Keywords: women entrepreneurship, motivation index, ordinal probit model, maslow theory.

Introducción

Las investigaciones acerca del emprendimiento femenino han evolucionado con el tiempo, pasando de considerar a las empresarias como iguales a los empresarios varones, a enfocarse más en las características individuales y las diferencias de género. A nivel nacional, se han realizado estudios importantes que destacan el impacto positivo del emprendimiento femenino en la calidad de vida y el desarrollo comunitario, así Espinoza et al. (2012) realizaron una investigación titulada Incidencia de la Cooperativa de Mujeres Emprendedoras COOSERMUPA en la calidad de vida de las socias y el desarrollo comunitario de Palo de Lapa, donde se determinó que el emprendimiento femenino ha sido una alternativa económica que ha mejorado las condiciones de vida de socias, familias y también el desarrollo de la comunidad de sus miembros.

El trabajo investigativo analiza de forma cuantitativa cómo los factores externos: barreras de acceso y las variables sociodemográficas-económicas como: edad, estado civil, nivel de escolaridad y fuentes de ingreso externas a la cooperativa; afectan la motivación de las mujeres que conforman el modelo cooperativo. A partir de un análisis factorial se calculó el índice de motivación de las mujeres para organizarse en un modelo cooperativo; bajo las dimensiones de necesidad de logro, afiliación, poder, conocimiento, cooperación y aportación a la comunidad; aplicando la teoría de motivación (Maslow, 1983; Azad, 1982; McClelland, 1966) y modelos cooperativos femeninos (Afshan, 2021; Dapuez, 2022). Con el objetivo de analizar los factores que inciden en la motivación de las mujeres para inclinarse por el modelo cooperativo como estrategia de emprendimiento en el departamento de Estelí.

La iniciativa empresarial en cooperativismo de mujeres se dirige ahora a todo el mundo por parte de varios estudiosos (Cediel, Hernández, López, Herrera y Donoso, 2017). Durante la última década, muchos académicos autoidentificados como seguidores del emprendimiento (Slavin, 2014), hacen que esta forma de actividad emprendedora sostenible puede convertirse en un mecanismo para generar soluciones valiosas para la sociedad (Bjørnskov y Foss, 2013; Proffitt y Spicer, 2006) generando redes para enfrentarse a diferentes amenazas en el medio urbano y rural, este empoderamiento de la mujer se ve facilitado por la cooperación permanente entre ellas para el desarrollo de estrategias creativas e innovadoras (Ángel y Urbano, 2019; Sequeira y Rojas, 2022).

Abraham Maslow (1983) en su «Teoría de la Motivación Humana» propuso una clasificación jerárquica de las necesidades humanas en cinco categorías: fisiológicas, seguridad y protección, pertenencia y amor, estima y autorrealización. Tal jerarquía es utilizada en gestión empresarial y desarrollo del comportamiento organizacional. Las personas tienen un deseo innato de autorrealización, lo que las hace satisfacer necesidades de acuerdo con su importancia para su supervivencia.

Un estudio realizado por Azad (1982) revela que los principales factores de motivación para las mujeres emprendedoras son la compulsión económica, la presencia de conocimientos y habilidades, la necesidad de logro, la inspiración obtenida del éxito de otras. De acuerdo con Afshan, Shahid, y Tunio (2021) en Latinoamérica prevalecen las motivaciones para mejorar calidad de vida, búsqueda de flexibilidad e independencia, necesidad de llevar sustento a hogares, falta de oportunidades en mercado laboral, mientras que las barreras que dificultan gestar un emprendimiento son el acceso a financiamiento, dificultad de acceso a tecnología e información y redes de comercialización. Carencias en formación y experiencia empresarial. Conflictos en conciliar familia y empresa (Dapuez, 2022).

Según el Instituto de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación (UNESCO), en América Latina y el Caribe, el 43 % de los investigadores en ciencia y tecnología son mujeres; esta cifra supera el promedio mundial del 28 %. En la mayoría de los países centroamericano la cifra alrededor del 3 %, están formadas las cooperativas por mujeres, sin embargo, la cantidad de mujeres dedicadas al emprendimiento suele aumentar como una alternativa de cambio que promueve la participación laboral y la recuperación económica (Afshan, et. al 2021; Mouazen y Hernández, 2023).

La información publicada sobre la participación y desempeño de la mujer asociadas en cooperativas está basada en tres tipos de motivaciones: una, relacionada con la necesidad económica de aportar ingresos a su grupo familiar; la otra, con la necesidad de autorrealización y por último, por la búsqueda de una autonomía financiera personal (Organización Internacional del Trabajo, OIT, 2006). En el caso para el análisis de las mujeres que se desarrollan en cooperativas en Nicaragua introduce un análisis de país en desarrollo.

Diseño metodológico

De acuerdo con su alcance la investigación es correlacional, ya que analiza variables que interactúan entre sí, también se utiliza un diseño no experimental, lo que se hace es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010). Con respecto a su temporalidad el estudio es transversal, ya que se recolectan datos de un solo momento, en un tiempo único.

La unidad de análisis fueron las mujeres asociadas al modelo cooperativo en el departamento de Estelí, la muestra fue calculada para la muestra de una población finita, donde se obtuvo 72 mujeres emprendedoras; donde se incluyeron 74 que aceptaron participar en el estudio, se aplicó una encuesta con las debidas consideraciones éticas de Helsinki (1975) la cual estuvo compuesta de cuatro secciones, (1)

datos generales de las emprendedoras, (2) características socio-demográficas, (3) factores externos, y (4) factores motivacionales internos.

El estudio dependió de la estimación econométrica por medio del software Stata 15 y el análisis factorial por IBM SPSS Statistics 22 y procesamiento de las encuestas por la plataforma virtual KoboToolBox. Se utilizó el método PROBIT ordinal, que estima una puntuación subyacente como una función lineal de las variables independientes y un conjunto de puntos de corte (Aitchison y Silvey, 1957), puesto que el alcance del estudio es correlacional y la variable respuesta motivación es ordinal, obtenida mediante una encuesta bajo escala Likert. Además de utilizar las estadísticas descriptivas en la primera y segunda sección de la encuesta aplicada, siendo la fuente de información primaria, se calculó por análisis factorial el índice de motivación al organizarse en cooperativa.

El modelo por estimar es;

Modelo Matemático:

$$(1) Pr(outcome\ j = i) = Pr(\kappa_{i-1} < \beta_1 x_{1j} + \beta_2 x_{2j} + \dots + \beta_k x_{kj} \leq \kappa_i)$$

Modelo Econométrico PROBIT Ordinal:

Ecuación No.2. Modelo de estudio:

$$(2) Pr(outcome\ j = i) = Pr(\kappa_{i-1} < \beta_1 x_{1j} + \beta_2 x_{2j} + \dots + \beta_k x_{kj} + \varepsilon \leq \kappa_i)$$

Modelo Econométrico aplicado:

$$(3) imcb^* = \kappa_{i-1} ** < -\beta_1 EI + \beta_2 EC - \beta_3 AT - \beta_4 DG + \beta_5 A + \beta_6 N - \beta_7 E + \varepsilon \leq \kappa_i **$$

Nota: *imcb**: Índice de Motivación al organizarse en cooperativa. ** Puntos de corte

EI: Percibe o no Ingresos externos a la cooperativa

EC: Estado Civil

AI: Acceso tecnológico

DG: Discriminación de género

A: Acceso a fuentes de financiamiento

N: Nivel de Escolaridad

E: Edad

ε = Error de distribución normal.

Modelo que se valida con las teorías de motivación (Maslow, 1983; Azad, 1982; McClelland, 1966) y modelos cooperativos femeninos (Afshan, 2021; Dapuez, 2022)

Tabla 1.

Contrastes de validación de los supuestos básicos de regresión de PROBIT

Contraste	Referencia
Hipótesis Global $H_0: \beta_n \geq 0.10 ; H_1: \beta_n \leq 0.10$	Si el p value del estadístico de Wald es mayor que 10%, no se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario ésta se rechaza.
Hipótesis Individuales $H_0: \beta_n \geq 0.10 ; H_1: \beta_n \leq 0.10$	Si el p value del estadístico de Wald es mayor que 10%, no se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario ésta se rechaza.
Bondad de Ajuste	McFadden pseudo R2 $\rightarrow 0.2 \leq R^2 \leq 0.4$ McKelvey y Zavoinas $\rightarrow R^2$ más cercada a 1 Cragg-Uhler $\rightarrow R^2$ más cercada a 1
Supuestos para PROBIT Ordinal	Autocorrelación \rightarrow Spearman \rightarrow Para variable ordinal Valor de p ≥ 0.10 (NC: 90%): Sin auto correlación Independencia de los datos \rightarrow Prueba de Chi-Cuadrado Valor pr p ≥ 0.10 (NC: 90%): Para indicar que las variables son independientes. Normalidad \rightarrow Shapiro Francia \rightarrow Probabilidad de z $\geq 50\%$ Shapiro Wilk W \rightarrow Probabilidad de z $\geq 50\%$

Nota: Elaboración propia, extraído de (McKelvey y Zavoina, 1975; Liddell y Kruschke, 2018; McFadden, 1977, p. 35)

Resultados y discusión

A continuación, se presentan los resultados y la discusión sobre las características propias de las mujeres emprendedoras asociadas a un modelo cooperativo en el departamento de Estelí. El primer objetivo específico de este estudio fue identificar las características sociodemográficas de las mujeres que conforman parte del emprendimiento: edad, nivel de escolaridad, estado civil, si percibe ingresos externos a la cooperativa y el número de hijos.

Tabla 2.

Características sociodemográficas de las mujeres que conforman parte del emprendimiento

Variabes	Frecuencia (n = 74)
Edad	
20 a 37	37 (50)
38 a 55	27 (36.5)
56 a 73	10 (13.5)
Escolaridad	
Alfabetizado (Sin escolaridad)	3 (4.1)
Primaria	32 (43.2)
Secundaria	26 (35.1)
Terciaria	9 (12.2)
Profesional	4 (5.4)
Estado Civil	
Casada	51 (68.9)
Divorciada	1 (1.4)
Soltera	20 (27)
Viuda	2 (2.7)
Ingresos externos a la cooperativa	
Sí	47 (63.5)
No	27 (36.5)
Número de hijos	
No tiene	2 (2.7)
Menos de tres	39 (52.7)
De tres a cuatro	20 (27.0)
Cinco a seis	4 (5.4)
Siete a más	9 (12.2)

Nota: Elaboración propia

Del total de encuestadas (74), en cuanto a edad la mitad se encuentra entre el rango de 20 a 37 años (50 %), según su nivel educativo el 43.2 % llegaron a algún grado de educación primaria y no continuaron con ninguna formación, cabe recalcar que solo una de las encuestadas no fue a la escuela, pero sí se encuentra alfabetizada. De acuerdo con el estado civil los grupos más numerosos son casadas (68.9 %) y solteras (27 %); la gran mayoría tiene emprendimientos propios que no representan actividades dentro de la cooperativa (63.5 %), y solo 17.6 % tiene más de cinco hijos, enfatizando que la mayoría tiene menos de tres hijos (52.7 %).

Tabla 2.
Factores externos (barreras) en la articulación en cooperativas por parte de las mujeres emprendedoras.

VARIABLES	Frecuencia (n = 74)
Acceso a fuentes tecnológicas	
Sí	12 (16.2)
No	62 (83.8)
Manejo de fuentes tecnológicas	
Sí	24 (32.4)
No	50 (67.6)
Discriminación por género	
No	32 (43.2)
Micro agresiones	12 (16.3)
Sí	30 (40.5)
Acceso a fuentes de financiamiento	
No	16 (21.6)
Sí	58 (78.4)

Nota: Elaboración propia

De acuerdo con Abd El Basset, Bell, y Al Kharusi (2022) las mujeres que tienen conflictos con sociedades patriarcales y experimentan discriminación de género, se ven motivadas a crear sus propios negocios, lo que coincide con la muestra pues acumulando el porcentaje, el 56.8 % de las emprendedoras han sufrido micro agresiones y otras formas de discriminación por género.

La mayoría ha obtenido a partir de la cooperativa acceso a fuentes de financiamiento (78.4 %) y cuentan con acceso y manejo de fuentes tecnológicas como celulares, internet y redes sociales en un 67.6 % y 83.8 % respectivamente.

Tabla 3.

Prueba de Kaiser Meyer Olkin y esfericidad de Barlett de acuerdo con las dimensiones de la Motivación para asociarse en cooperativa.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	Prueba de esfericidad de Bartlett		
	Aprox. cuadrado	Chi- gl	Sig.
.787	222.42	15	.000
Comunalidades			
Dimensiones de la Motivación	Inicial	Extracción	
Media Necesidades de Logro	1.000	.732	
Media Necesidades de Afiliación	1.000	.671	
Media Necesidades de Poder	1.000	.347	
Media Necesidades de Conocimiento	1.000	.781	
Media Acuerdo de Cooperación	1.000	.288	
Media Aportación a la comunidad	1.000	.719	

Nota: Elaboración propia. gl=Grados de Libertad, Sig=Significancia Estadística

En el análisis factorial se identificó qué factores latentes existían para simplificar las relaciones entre las variables de estudio observadas, en la prueba de esfericidad de Barlett el grado de significancia asociado fue de 0.000 por lo que las variables están correlacionadas, siendo el modelo adecuado para explicar los datos, además el KMO proporcionó un valor igual o por encima de 0.70, siendo de 0.787, de tal manera que resultó apropiado realizar el análisis.

Las comunidades asignadas representaron la proporción de varianza de las variables de estudio, y su capacidad de producir la variabilidad original, aquellas dimensiones que resultaron en valores más cercanos a la unidad logran explicar todas y cada una de las variables incluidas en el análisis, siendo la que mejor explica las correlaciones de estudio, la dimensión de «Necesidades de Logro»

Tabla 4.
Índice de Índice de Motivación de las mujeres a organizarse en cooperativa

Dimensiones	Código	Alfa de Cronbach	Valor Promedio	Peso factorial	Peso factorial (%)	Peso ponderado
Necesidades de Logro	D1	.949	4.59	.86	18.8	.87
Necesidad de Afiliación	D2	.855	4.57	.82	18	.83
Necesidad de Poder	D3	.727	3.99	.59	12.9	.52
Necesidad de Intercambio de conocimientos	D4	.84	4.38	.88	19.6	.85
Acuerdos de Cooperación	D5	.761	4.07	.54	11.9	.48
Aportación a la comunidad	D6	.798	4.49	.85	18.8	.84
Totales				4.53	100	4.39

Nota: Elaboración propia

La validación del cuestionario se realizó mediante el método del Alfa de Cronbach, al haber empleado una escala de Likert de 5 puntos, donde se consideraron las seis dimensiones de la variable motivación de mujeres para organizarse en cooperativas, estas señalaron tener una consistencia interna adecuada encontrándose todas por encima de 0.7. También se obtuvo la puntuación promedio otorgada de las 74 mujeres organizadas en cooperativa, quienes se encuentran especialmente motivadas en la categoría de necesidades de logro, afiliación y aportación a la comunidad, pero que están desmotivados únicamente en cuando a la necesidad de poder.

Las emprendedoras refieren que, a partir de la cooperativa, han suplido su necesidad de logro en 4.5, dentro de una escala del 1 al 5, lo es muy positivo ya que McClelland (1961) indicó que un deseo de realizar bien las tareas y perseguir logros personales, trae como consecuencia el propio desarrollo económico, lo que es esencial a la hora de conseguir éxito en los proyectos cooperativos. Así mismo, se identifica una necesidad de afiliación de 4.57, pues estar organizadas en cooperativas ofrece independencia de género y mayor equilibrio en ajustar el tiempo de las mujeres entre trabajo y familia, además de pertenecer a otros grupos sociales (Noguera, 2015).

Modelo estimado:

$$(1) imcb = 0.61 < -1.01Ingreso_Externo + 0.61Estado\ Civil - 0.73Acceso_Tecnológico - 0.48Discriminación_G + 1.18Financiamiento + 0.61Escolaridad - 0.14Edad + \epsilon - 0.61$$

De forma preliminar todas las variables que tengan un estadístico de p menor o igual a 0.10, (al trabajar con un nivel de confianza del 90 %), tienen relación con la variable respuesta que es el Índice de Motivación en Cooperativa.

A partir de los coeficientes se interpreta el signo de su relación, si esta es directa o inversa, en el caso de la variable «Percibir otros Ingresos Externos», al tomarse como referencia a los que «No Perciben Ingresos», las emprendedoras se encuentran desmotivadas ya que no están aplicando los conocimientos conferidos en la cooperativa, ni tienen fuentes económicas externas para subsistir.

Con respecto a Estado Civil se toma de referencia a las «Casadas», de esta manera se encuentran motivadas, al encontrarse con pareja, y tener un mayor número de necesidades para proveer a sus familias, el acceso a financiamiento fomenta la motivación a formar parte de una cooperativa así como contar con un mayor grado de escolaridad.

Las variables como edad y acceso a fuentes tecnológicas no fueron estadísticamente significativas, pero fueron añadidas al modelo para corregirlo e incrementar la significancia del resto de variables, además que son teóricamente soportadas por las teorías de Bharadwaj, Sawy, Pavlou y Venkatram (2013) acerca de los beneficios de la tecnología como optimizador del proceso productivo y operativo de los emprendimientos, y Bates (1990) quien encontró que los emprendimientos más exitosos son dirigidos por emprendedoras de 45 a 54 años.

Tabla 5.
Resultados del modelo PROBIT Ordinal

Factores	Coef.	Std. Err.	z	P>z	[90% Conf. Interval]	
Ingresos externos a la cooperativa						
No***	-1.01	.44	-2.32	.02	-1.73	-.30
Sí***	1.22	.57	2.13	.03	2.16	.28
Estado Civil						
Casada***	.61	.33	1.81	.07	.06	1.16
Divorciada	5.08	2897.90	.00	1.00	-4761.53	4771.70
Soltera***	2.07	.92	2.26	.02	.56	3.58
Viuda	5.07	1502.56	.00	1.00	-2466.41	2476.56
*Acceso tecnológico						
No	-.73	.71	-1.02	.31	-1.91	.45
Sí	1.99	1.27	1.56	.12	4.09	.10
Discriminación de Género						
No***	-.48	.25	-1.89	.06	-.90	-.06
Micro agresiones***	-2.67	.92	-2.90	.00	-4.19	-1.15
Sí	1.27	.81	1.56	.12	2.61	.07
Acceso financiamiento						
No	1.18	.50	2.34	.02	.35	2.00
Sí***	1.87	.66	2.83	.01	.78	2.96
Nivel de escolaridad						
Alfabetizado, pero Sin escolaridad (***)	0.61	.32	1.89	.06	.08	1.13
Primaria	0.15	1.24	.12	.90	-1.88	2.19
Secundaria	1.30	1.35	.96	.34	-.92	3.52
Terciaria***	1.82	1.71	1.65	.10	-0.99	4.64
Profesional	5.16	958.03	.01	1.00	-1570.65	1580.98
*Edad						
20 a 37	-.52	.61	-.86	.39	-1.53	.48
38 a 55	-1.22	.88	-1.37	.17	-2.67	.24
56 a 73	-.60	.41	-1.47	.14	-1.27	.07
/cut1	-.61	2.19			-4.21	3.00

Nota: Elaboración propia.

Variable dependiente: Índice de Motivación de las mujeres a organizarse en cooperativa.

***Variables independientes estadísticamente significativas. *Variables independientes no estadísticamente Significativa: Edad, Acceso a fuentes tecnológicas

Tabla 6.

Pruebas de Contraste del modelo Probit Ordinal para las variables explicativas del estudio

Variables	Normalidad	Autocorrelación	
	Prueba Shapiro Francia (Prob>z)	Pearson Chi ²	Spearman (NC 90%)
Otros ingresos	.56	.48	
Estado Civil	.63	.82	
Acceso Tecnología	1.00	.73	
Discriminación por género	1.00	.63	
Financiamiento	.85	.96	
Escolaridad	.57	.41	
Edad*	.62		.29

Nota: Elaboración propia *Edad es la única variable de estudio cuantitativa, por lo que se hizo la prueba de Spearman y no Chi²

Tabla 7.

Resultados de las pseudo R² del modelo PROBIT ordinal

Pseudo R ²	Valores
McFadden	.30
McFadden Ajustado	.23
McKelvey & Zavoina	.85
Cragg-Uhler/Nagelkerke	.56

Nota: Elaboración propia

Tabla 8.

Efectos marginales de las variables independientes del modelo PROBIT ordinal

Factores	Delta-method					
	dy/dx o ey/ex	Std. Err.	z	P>z	[90% Conf. Interval]	
Ingresos externos a la cooperativa						
No***						
Desmotivado	.20	.08	2.67	.01	.05	.35
Motivado	-.20	.08	-2.67	.01	-.35	-.05
Sí***						
Desmotivado	-.17	.09	-1.94	.05	-.34	.00
Motivado	.17	.09	1.94	.05	.00	.34
Estado Civil						
Casada***						
Desmotivado	-.14	.06	-2.10	.04	-.26	-.01
Motivado	.14	.06	2.10	.04	.01	.26
Divorciada						
Desmotivado	-.29	.18	-1.59	.11	-.64	.07
Motivado	.29	.18	1.59	.11	-.07	.64
Soltera***						
Desmotivado	-.20	.06	-3.17	.00	-.33	-.08
Motivado	.20	.06	3.17	.00	.08	.33
Viuda						
Desmotivado	-.28	4.08	-.07	.94	-8.27	7.70
Motivado	.28	4.08	.07	.94	-7.70	8.27
Escolaridad						
Alfabetizado***						
Desmotivado	-.41	.19	-2.15	.03	-.79	-.04
Motivado	.41	.19	2.15	.03	.04	.79
Primaria						
Desmotivado	-.03	.22	-.12	.90	-.46	.40
Motivado	.03	.22	.12	.90	-.40	.46
Secundaria						
Desmotivado	-.18	.22	-.81	.42	-.61	.25
Motivado	.18	.22	.81	.42	-.25	.61
Terciaria***						
Desmotivado	-.14	.08	-1.65	.10	-.30	.03
Motivado	.14	.08	1.65	.10	.03	.30
Profesional						
Desmotivado	-.31	5.18	-.06	.95	-10.46	9.83
Motivado	.31	5.18	.06	.95	-9.83	10.46
Acceso Tecnológico						
No						
Desmotivado	.21	.14	1.49	.14	-.07	.49
Motivado	-.21	.14	-1.49	.14	-.49	.07
Sí***						
Desmotivado	-.16	.08	-2.17	.03	-.31	-.02
Motivado	.16	.08	2.17	.03	.02	.31
Acceso a Financiamiento						
No***						
Desmotivado	.22	.09	2.44	.02	.04	.40
Motivado	-.22	.09	-2.44	.02	-.40	-.04
Sí***						
Desmotivado	-.34	.12	-2.75	.01	-.58	-.10
Motivado	.34	.12	2.75	.01	.10	.58
Discriminación de género						
No***						
Desmotivado	.12	.05	2.45	.01	.02	.21
Motivado	-.12	.05	-2.45	.01	-.21	-.02
Micro agresiones***						
Desmotivada	-.45	.13	-3.42	.00	-.70	-.19
Motivada	.45	.13	3.42	.00	.19	.70
Sí***						
Desmotivada	-.17	.09	-1.88	.06	-.35	.01
Motivada	.17	.09	1.88	.06	-.01	.35
Edad						
20 a 37 años***						
Desmotivado	.12	.07	2.30	.02	.02	.29
Motivado	-.12	.07	-2.30	.02	-.29	-.02
38 a 55 años***						
Desmotivado	.14	.08	1.65	.10	.03	.30
Motivado	-.14	.08	-1.65	.10	-.30	-.03
56 a 73 años						
Desmotivado	.26	.18	1.47	.14	.09	.61
Motivado	-.26	.18	-1.47	.14	-.61	-.09

Nota: a Edad se interpretó mediante los efectos marginales de ey/ex. *** Dimensiones de las variables que son estadísticamente significativas.

Hay una disminución del 20 % de la motivación cuando las emprendedoras no tienen fuentes externas de ingresos, mientras que la motivación incrementa en un 17 % cuando las emprendedoras sí tienen otros ingresos aparte de sus labores dentro de la cooperativa. De acuerdo con el Estado Civil, hay un aumento del 14 % del índice de motivación para formar parte de un modelo cooperativo cuando las emprendedoras están casadas; pero la motivación es mayor inclusive cuando las mujeres están solteras en un 20 %. Aquellas mujeres que no han cursado ningún nivel escolar, pero están alfabetizadas aumentan su motivación en un 41 % y aquellas que llegaron a un nivel de escolaridad terciario están motivadas en un 14 %.

En cuanto a las barreras para conformarse en modelos cooperativos, las mujeres disminuyen su motivación en un 21 % cuando no tienen fuentes de acceso tecnológico mientras que aumentan su motivación en un 16% de sí tener dicho acceso; el no presentar financiamiento dentro de la cooperativa logra desmotivarlas en un 22 %, caso contrario se motivan en un 34%; haber sufrido de discriminación de género viéndose privadas de fuentes de empleo o acceso al mercado laboral por el hecho de ser mujer las ha motivado en un 45 %, y ser sobrevivientes de violencia machista las ha motivado a unirse en cooperativa en un 17 %.

Las mujeres que se encuentran más desmotivadas de organizarse en cooperativa a medida que son mayores de acuerdo a los efectos marginales, siendo significativos los grupos de edad entre 20 a 37 años (12 % más desmotivadas) y 38 a 55 años (14 % más desmotivadas); sin embargo en los resultados del PROBIT ordinal la edad fue una variable que no presentó significancia estadística pero se incluyó en el modelo (ecuación 4) debido a que se sustenta en la teoría de Bates (1990) y permitió corregir y obtener un mejor ajuste del modelo.

Conclusiones

Del total de la muestra (n=74), la mitad se encuentra entre el rango de 20 a 37 años, según su nivel educativo el 43.2 % llegaron hasta algún grado de educación primaria, de acuerdo con el estado civil el 68.9 % está casada, el 52.7 % tiene menos de tres hijos y el 63.5 % tiene emprendimientos propios fuera de la cooperativa.

El 78.4 % tiene fuentes de financiamiento, el 67.6 % cuentan con acceso a fuentes tecnológicas y el 83.8 % sabe gestionar herramientas tecnológicas como celulares, internet y redes sociales superando las barreras tecnológicas y de financiamiento. La motivación de las mujeres para organizarse en cooperativa, que es un factor interno es significativa, pues se encuentran en el rango de 4 a 5, teniendo un nivel de motivación de 4.39.

De acuerdo al modelo PROBIT ordinal, la variable dependiente Índice de motivación para organizarse en cooperativa, se encuentra relacionada con las género y acceso a financiamiento, encontrándose

que, el 20 % de la motivación disminuye si las emprendedoras no tienen otras fuentes de ingreso fuera de la cooperativa, las solteras tienen un aumento del 20 % de la motivación, las mujeres que llegaron a algún grado de educación terciaria tienen un aumento del 14 % de la motivación, de tener financiamiento su motivación aumenta en un 34 %.

Referencias bibliográficas

- Abd El Basset, Fatma, Robin Bell, y Buthaina Al Kharusi. 2022. «Reducing barriers to female entrepreneurship in Oman: does family matter?» *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* ahead-of-print(ahead-of-print). doi: 10.1108/JEC-01-2022-0009.
- Afshan, Gul, Subhan Shahid, y Muhammad Nawaz Tunio. 2021. «Learning experiences of women entrepreneurs amidst COVID-19». *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 13(2):162-86. doi: 10.1108/IJGE-09-2020-0153.
- Ángel, Mónica, y David Urbano. 2019. «Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país». Universidad Icesi, Cali, Colombia».
- Bharadwaj, Anandhi, Omar A. El Sawy, Paul A. Pavlou, y N. Venkat Venkatraman. 2013. «Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights».
- Bjørnskov, Christian, y Nicolai Foss. 2013. «How Strategic Entrepreneurship and The Institutional Context Drive Economic Growth». *Strategic Entrepreneurship Journal* 7(1):50-69.
- Cediel Becerra, Natalia Margarita, Natalia Donoso Burbano, Josué Hernández Manzanera, Maria Camila López Duarte, Paula Herrera, y Camila Moreno González. 2017. «Empoderamiento de las mujeres rurales».
- Dapuez, A. (2022). *Latinoamérica y la gente sin capital. Etnografías Contemporáneas*, 8(14). Dr, S. (2013). *Problems Being Faced by Women Entrepreneurs in Rural Areas*. 2, 52-55.
- Lester, D., Hvezda, J., Sullivan, S., & Plourde, R. (1983). *Maslow's Hierarchy of Needs and Psychological Health. The Journal of General Psychology*, 109(1), 83-85. <https://doi.org/10.1080/00221309.1983.9711513>
- McClelland, D. C. (1966). *That Urge to Achieve. From Think Magazine* 32, no. 6 (November-December). International Business Machines Corporation.
- McClelland, D. C., Koestner, R., & Weinberger, J. (1989). *How do self-attributed and implicit motives differ? Psychological review*, 96(4), 690.