

Diferencias entre el género con respecto al deseo, los motivos y las dificultades para emprender, la actitud emprendedora y la percepción del emprendedor de los estudiantes en México

García-González, María Alejandra¹; Huerta-Cerda, Zita Mithala² y Pedroza-Cantú, Gloria³

¹Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración

Monterrey, Nuevo León, México, manuel.aguilar@uanl.mx, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00

²Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración

Monterrey, Nuevo León, México, manuel.aguilar@uanl.mx, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00

³Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración

Monterrey, Nuevo León, México, manuel.aguilar@uanl.mx, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de publicación: Julio 2019

Resumen

El emprendimiento es importante para el desarrollo individual y social, porque beneficia a la economía de un país. En México se han generado cambios en las instituciones responsables de afianzar la cultura emprendedora, así como programas de financiamiento para la creación de nuevas empresas. La literatura sobre emprendimiento y género presenta diferencias significativas que favorecen a hombres y descubren mayores dificultades para mujeres en aspectos relacionados con la falta de experiencia en el sector empresarial, menor conocimiento del negocio, falta de recursos para emprender individualmente y mayor dependencia respecto de los ingresos de la empresa. El objetivo de este estudio es identificar las diferencias, entre hombres y mujeres jóvenes en México, en relación con diversas variables relacionadas al emprendimiento en la futura creación de una empresa. Para lograr lo anterior se encuestó a 340 estudiantes de una universidad pública del noreste de México. Los resultados muestran

Abstract

Entrepreneurship is important for the individual and social development, because it benefits the economy of a country. In Mexico changes have been generated within those institutions that are responsible for strengthening the entrepreneurial culture, as well as financing programs for the creation of new firms. The literature on entrepreneurship and gender present significant differences that favor men and discover greater difficulties for women in aspects related to the lack of experience in the business sector, less knowledge of the business, lack of resources to undertake individually and greater dependence on the income of the company. The objective of this study is to identify the differences between young men and women in Mexico, in relation to various variables related to entrepreneurship in the future creation of a firm among university students. To accomplish this research goal, 340 students from a public university located in the northeast part of Mexico were surveyed. The results show that there are some important

que existen algunas diferencias importantes entre hombres y mujeres jóvenes en cuanto a emprendimiento se refiere. differences between young men and women in terms of entrepreneurship.

Palabras Clave: emprendimiento, atributos, actitud emprendedora, género. **Key Words:** entrepreneurship, attributes, entrepreneurial attitude, gender.

1. Introducción

En el desarrollo de las estrategias para impulsar el empleo para jóvenes llevadas a cabo por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL, 2017), el emprendimiento empresarial resulta una alternativa útil para la generación de ingresos en la población juvenil, puesto que representa una forma de integrarlos al mercado laboral. De ahí lo oportuno de analizar las actitudes que muestran los universitarios en relación con la creación de empresas como una opción para insertarse en el mercado laboral y de poner en práctica lo aprendido a través del sistema educativo.

De acuerdo con Santamaría y Tapia (2017) de la literatura relacionada al emprendimiento en México, la mayoría no lo aborda desde una perspectiva de género, lo que manifiesta que sigue presentándose una desvalorización hacia el trabajo de la mujer, incluso aún se mantiene la idea de que la mujer no debe desempeñar trabajos que no sean los relacionados al cuidado del hogar.

El emprendimiento se puede abordar desde distintos enfoques, analizarlo por género sin embargo es especialmente relevante, dado la brecha que se presenta de acuerdo con el reporte del World Economic Forum (WEF, 2016). Según este reporte, México se encuentra en el lugar 66 por debajo de Kenia, El Salvador y Vietnam mostrando una disminución en cuanto a la proporción femenina de profesionales y trabajadoras técnicas, y encontrándose entre los últimos países en cuanto a la participación y oportunidad económica de las mujeres.

El objetivo de este estudio es identificar las diferencias entre hombres y mujeres jóvenes en México, en relación con el Deseo de emprender, los Motivos para emprender, las Dificultades para emprender, la Actitud emprendedora y las Características del emprendedor de los jóvenes estudiantes en el noreste de México y cómo impacta el género en la futura creación de una empresa entre los estudiantes universitarios.

Para alcanzar dicho objetivo, en este trabajo se obtuvieron resultados desplegados por género para algunas variables relacionadas al emprendimiento incluidas en el estudio. Para determinar si existen diferencias entre hombres y

mujeres, se administró el instrumento de medición a 340 estudiantes de licenciatura de una universidad pública del noreste de México. De estos encuestados, 158 fueron hombres y 182 mujeres. Cabe mencionar que las edades de los estudiantes que participaron en este estudio fluctuaron entre los 17 y los 23 años.

2. Marco teórico

2.1 Emprendimiento en el mundo

El mercado laboral se presenta con dificultades para insertarse en él dado que cada vez es más competido y saturado. Ante esta situación una opción cierta aplicada tanto para hombres como mujeres es el autoempleo y el emprendimiento a través de la incubación de nuevas actividades empresariales. (Consejo Social Universidad de Córdoba UCO, 2011)

El concepto emprendimiento se relaciona directamente con la acción de la persona, es decir, se refiere al conjunto de actitudes y comportamientos que generan un determinado perfil personal encaminado al desarrollo de la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y la administración del riesgo. (Salinas & Osorio, 2012)

El emprendimiento es una representación del pensamiento, una forma de razonar y actuar que pretende satisfacer necesidades, buscar oportunidades considerando el riesgo que ello conlleve, adaptándose al cambio a través de múltiples disciplinas con una visión global. El emprendedor desarrolla algo diferente y con valor más allá de lo económico que beneficiar además de su persona, a la sociedad. (Azqueta, 2017)

En el plano mundial existen agencias internacionales que buscan fomentar, promover e impulsar el emprendimiento empresarial tales como Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (Valencia, 2012)

Según el informe del BID (2004) con el afán de impulsar el emprendimiento, muchos países promueven iniciativas para facilitar los trámites y requerimientos que los gobiernos

solicitan para la creación de una empresa, incluso haciendo uso de las TIC como mecanismo de comunicación electrónica. En Irlanda, Reino Unido y Suecia, a través de redes para brindar asistencia y contacto a emprendedores, se diseñó el first-stop shops, que funciona como primer punto de contacto. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2004)

Por otro lado, y con el mismo interés, los Países Bajos, Finlandia y España, se enfocaron en eliminar la burocracia haciendo más simples los procesos administrativos y de registro. En el caso de los Países Bajos se modificó además el sistema impositivo, disminuyendo la tasa fiscal de las nuevas empresas en sus primeros años de vida. (BID, 2004)

Hoy en día muchas universidades de América Latina buscan incluir en sus programas académicos fomentar la cultura del emprendimiento en los jóvenes estudiantes, así mismo, se generan programas gubernamentales para apoyar iniciativas de surgimiento de empresas como mecanismo para crear empleo y autoempleo; logrando con ello la posibilidad de aumentar los ingresos de los ciudadanos y mejorar el bienestar social. (Valencia, 2012)

En Latinoamérica también se han desarrollado políticas públicas encaminadas a favorecer las condiciones y el entorno del emprendedor, entre ellas: subsidios de capital semilla, redes y fondos de inversión, tanto en el inicio del proyecto como en etapa de expansión, apoyo técnico de incubadoras y soporte al proceso de internacionalización. Además de diseñar e implementar estrategias para atraer emprendedores del exterior que se ocupen de crear empresas innovadoras y dinámicas, aprovechando su Know How para desarrollar el cambio empresarial de los emprendedores locales (Quejada & Ávila, 2017).

2.2 Desarrollo de Hipótesis de investigación

21.1. Emprendimiento y Género

El concepto de emprendimiento de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010) define a los emprendedores como individuos que comienzan

nuevas empresas y son cruciales para el crecimiento y desarrollo de los países. Son individuos con la habilidad de identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento. El iniciador de un emprendimiento hace uso de su conocimiento, experiencia, redes de colaboración, recursos económicos y otros activos necesarios. Existen diferencias por género estadísticamente significativas que presentan mayores dificultades para las mujeres en aspectos tales como: falta de experiencia en el sector empresarial, menor conocimiento del negocio, falta de recursos para emprender en forma individual y mayor dependencia respecto de los ingresos de la empresa.

El observatorio de micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) realizó el segundo estudio nacional de Mipymes en Costa Rica encontrando diferencias por género estadísticamente significativas que muestran que las mujeres tienen mayores conflictos para emprender debido a falta de experiencia en el ámbito empresarial, menor conocimiento del negocio, e insolvencia de recursos. (Brenes & Bermúdez, 2013)

La participación de las mujeres emprendedoras está concentrada en sectores como el comercio y los servicios en su mayoría. De alguna manera estos sectores colaboran para aquellas mujeres que no encuentran trabajo en actividades formales, puesto que presentan menos limitaciones y se requiere menor capital inicial e infraestructura comparado con los otros sectores. (Valenzuela, 2005)

El emprendimiento de las mujeres se encuentra en crecimiento en México, sin embargo, se presentan obstáculos para que se logre posicionar con mayor fuerza entre los que destacan: desconocimiento de programas ofrecidos por el gobierno, financiamientos complejos o muy pequeños además con altas tasas de interés, falta de capacitación en materia de emprendimiento enfocada al segmento femenino, falta de difusión de proyectos exitosos desarrollados por mujeres y menores oportunidades para acceder a redes técnicas, científicas y empresariales. (Santamaría & Tapia, 2017)

21.2. Deseo de emprender

Las necesidades humanas se transforman en deseos conforme a la cultura y a la manera en la que los individuos procesan estas necesidades, es entonces la sociedad quien va dando forma a los deseos al transformarlos en objetos que satisfarán esas necesidades. Los deseos se convierten en demandas y un factor determinante para que eso suceda es el papel que juega la cultura, así como el comportamiento de la persona. (Kotler & Armstrong, 2013)

No se encontró dependencia entre la variable deseo de emprender respecto del género del estudiante, ya que los porcentajes de respuesta positiva fueron muy similares entre varones y mujeres (76.6% y 74.5% respectivamente). Sin embargo, a largo plazo sí existe una relación de dependencia entre la intencionalidad de crear una empresa en el futuro y el género presentando una diferencia de 16.4 puntos porcentuales a favor de los varones a la hora de mantener un propósito firme de creación de empresas. (Fuentes & Sánchez, 2010)

En México, una gran parte de los negocios emprendidos por mujeres operan bajo la informalidad, y más que llevarlos a cabo por deseo y de manera voluntaria, el 60% de estos negocios informales surgieron por necesidad y no tener otra opción. En Cambio, los hombres crean las empresas por deseo y solo el 48 por ciento lo hace por necesidad. (García A. , 2019)

Los argumentos anteriores demuestran que, en relación con el emprendimiento, los hombres y las mujeres mantienen diferencias lo cual supone que el Género tiene un efecto importante en el Deseo de emprender, lo cual permite establecer la siguiente hipótesis de investigación:

H1. En el noreste de México existen diferencias significativas en el Deseo de emprender de los hombres jóvenes en comparación con las mujeres.

21.3. Motivos para emprender

Palmero (2005) define motivación como un proceso concerniente con el logro de una meta que lleve a un individuo a mantener o mejora su vida. Para ello algún estímulo que -puede ser interno o externo- produce en el individuo la

necesidad de llevar a cabo una conducta para conseguirlo. Es un proceso adaptativo, que a través de los factores externos e internos activan a la persona para que obtenga algún objetivo o meta que le es gratificante.

Por su parte Marulanda y Morales (2016) mencionan que en cuanto a los motivos para emprender han existido diversas clasificaciones, entre ellas reconocer a los factores involucrados de tipo intrínseco o extrínseco. Los extrínsecos son aquellos que provienen desde fuera del individuo, también llamados externos. En este grupo se considera la presencia en el entorno de facilitadores para la creación de empresas. Por otro lado, la motivación intrínseca tiene su origen dentro de la persona, a través de la autopercepción como una persona competente, eficaz y con determinación para actuar. En comparación con las motivaciones extrínsecas para emprender, se encontró que las intrínsecas se presentan con una mayor influencia, subrayando entre ellas el deseo de independencia.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2005) expresa que el principal motivo que genera el emprendimiento femenino es la oportunidad (71%) más allá de la necesidad (29%). Considerando además como su principal motivación el deseo de alcanzar mayor independencia económica aumentando sus ingresos, así como la necesidad de alcanzar un estatus social y el reconocimiento de la sociedad. Lo anterior nos permite concluir que los hombres y las mujeres mantienen diferencia en cuanto a los Motivos para emprender, esto justifica la siguiente hipótesis de investigación:

H2. En el noreste de México existen diferencias significativas en los Motivos para emprender de los hombres jóvenes en comparación con las mujeres.

21.4. Dificultades para emprender

Vivel, Duran, Fernández, y Rodeiro (2008) explican que las mujeres enfrentan una mayor cantidad de obstáculos para llevar a cabo una actividad emprendedora, en comparación con los hombres, lo que repercute en una menor implicación de éstas en iniciativas emprendedoras. Estas barreras se pueden clasificar en:

- conductuales: incluidas la baja autoconfianza y la autoimagen negativa
- socioculturales: actitudes hostiles hacia las mujeres en los negocios aunado a la dificultad para combinar familia y trabajo
- de infraestructura: falta de apoyos financieros
- ocupacionales: menores oportunidades laborales y menor conocimiento y experiencia en el terreno empresarial y laboral
- educativas: menores oportunidades de formación y nivel educativo

Por otra parte, según el primer informe del Observatorio estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP, 2018) el emprendimiento femenino se ve restringido por factores como la falta de acceso a financiamiento y a redes de contactos, así como por el marco legal que puede obstaculizar la iniciación de un negocio. Esto sin contar con la presencia en el mundo de cuestiones culturales, sociales y estereotipos sobre el rol de la mujer, que también dificultan el emprendimiento femenino.

El informe del UCO (2011) expresa que en su estudio no se encontraron diferencias de género en cuanto a las dificultades para emprender. Tanto hombres como mujeres coinciden en que el riesgo, la falta de capital inicial y la situación económica están entre los principales problemas a los que se puede enfrentar el emprendedor. Mencionan como barreras de menor consideración los posibles problemas con el personal, la mala imagen del empresario y una mayor probabilidad de hacer carrera con un empleo a sueldo. Lo anterior implica que existen diferencias entre hombres y mujeres acerca de las dificultades para poder emprender con lo cual se establece lo siguiente:

H3. En el noreste de México existen diferencias significativas en las Dificultades percibidas para emprender de los hombres jóvenes en comparación con las mujeres.

21.5. Actitud emprendedora

Que los jóvenes lleven a cabo actividades de emprendimiento es importante por una variedad de razones: surgen oportunidades de empleo

tanto para el emprendedor, así como para los futuros empleados, es posible que se ataque a la delincuencia que surge por falta de trabajo, los jóvenes desarrollan habilidades y logran experiencia, se fomenta la innovación y la capacidad para detectar nuevas oportunidades de emprendimiento. (SEDESOL, 2017)

En la investigación sobre la personalidad del emprendedor se plantea incluir características individuales, además de factores sociales que expliquen la conducta emprendedora. Se habla de variables sociodemográficas tales como edad, género, antecedentes familiares; así como rasgos psicológicos que determinen necesidad de logro, control interno, manejo del riesgo, entre otras. (UCO, 2011)

En otras búsquedas se menciona además otros factores determinantes para el éxito del emprendedor como la necesidad de autorrealización, el liderazgo, la creatividad, la capacidad de innovación. (Quejada y Ávila, 2017)

Para Veciana (2005) en la creación de una nueva empresa es necesario contar con un mínimo de recursos, sin embargo, la falta de éstos no ha sido obstáculo para continuar un proyecto, si la persona está convencida del éxito de su idea y además está fuertemente motivada.

El accionar femenino se da más comúnmente hacia el sacrificio por el otro y la acción de protección hacia un dependiente, lo que conduce a la mujer a ser más operativa; en tanto que para el hombre estos aspectos son aparentemente de menor relevancia por lo que su actitud tiende a ser más individualista al tiempo que se enfoca en dirigir. (Godoy et al., 2018)

Según un estudio realizado en una Universidad de España (Fernandez, Rueda, y Herrero, 2011), respecto a la actitud emprendedora de los estudiantes, no se encontraron relaciones significativas entre la pretensión de crear una empresa propia y variables que se incluyeron en el estudio tales como nivel de estudios, edad, ambiente social y familiar, así como la profesión de los padres. No obstante, si se encontró relación entre emprendimiento y el género, además se encontró que los alumnos de posgrado se consideran mejor preparados para llevar a cabo la creación de una empresa propia. Por lo tanto, es

pertinente suponer que el Género tiene un efecto en la Actitud emprendedora lo que permite construir la siguiente hipótesis de investigación: H4. En el noreste de México existen diferencias significativas en la Actitud emprendedora de los hombres jóvenes en comparación con las mujeres.

21.6. Características del emprendedor

Se observan diferencias en cuanto a las características necesarias para ser un emprendedor pues mientras las mujeres valoran más positivamente la autodisciplina, autonomía dedicación de tiempo, la independencia económica y asumen las consecuencias de sus decisiones; por su parte los varones valoran más aspectos relacionados con la iniciativa, la creatividad, la autoconfianza y el optimismo. Estas diferencias se basan en la percepción de las características personales que tiene de sí mismos mujeres y hombres, ya que mientras las mujeres tienen una imagen propia de disciplina, rigurosidad y responsabilidad hacia el trabajo, los hombres se describen como optimistas, con predisposición a realizar actividades más complejas, con iniciativa y entusiastas. (Fuentes & Sánchez, 2010)

García y Plata (2017) mencionan que las mujeres emprendedoras muestran ciertas características que les facilita la dirección de una empresa de manera eficiente. Entre estas características enumeran la seguridad para tomar decisiones, la determinación para llevar a cabo el emprendimiento, la capacidad para resolver problemas, el optimismo, liderazgo, motivación,

la responsabilidad, la autoconfianza, la constancia y ser innovadora.

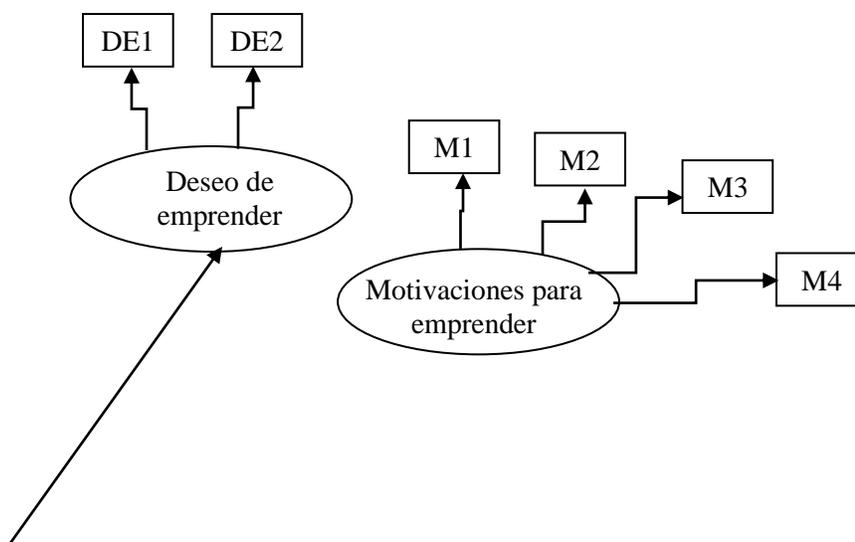
De acuerdo con Saboia y Martín (2006) dentro de los rasgos psicológicos presentes en los emprendedores se encuentran: la tolerancia al riesgo, la autonomía e independencia, el liderazgo, la creatividad y la innovación o la capacidad de negociación. Aquellos emprendedores que son más creativos, innovadores, son líderes y cuentan con el apoyo de familiares, amigos e instituciones se estima que tienen más probabilidades de subsistir. Los argumentos anteriores muestran que los hombres y las mujeres mantienen diferencias con respecto a las Características que debe tener un emprendedor lo cual permite establecer la siguiente hipótesis:

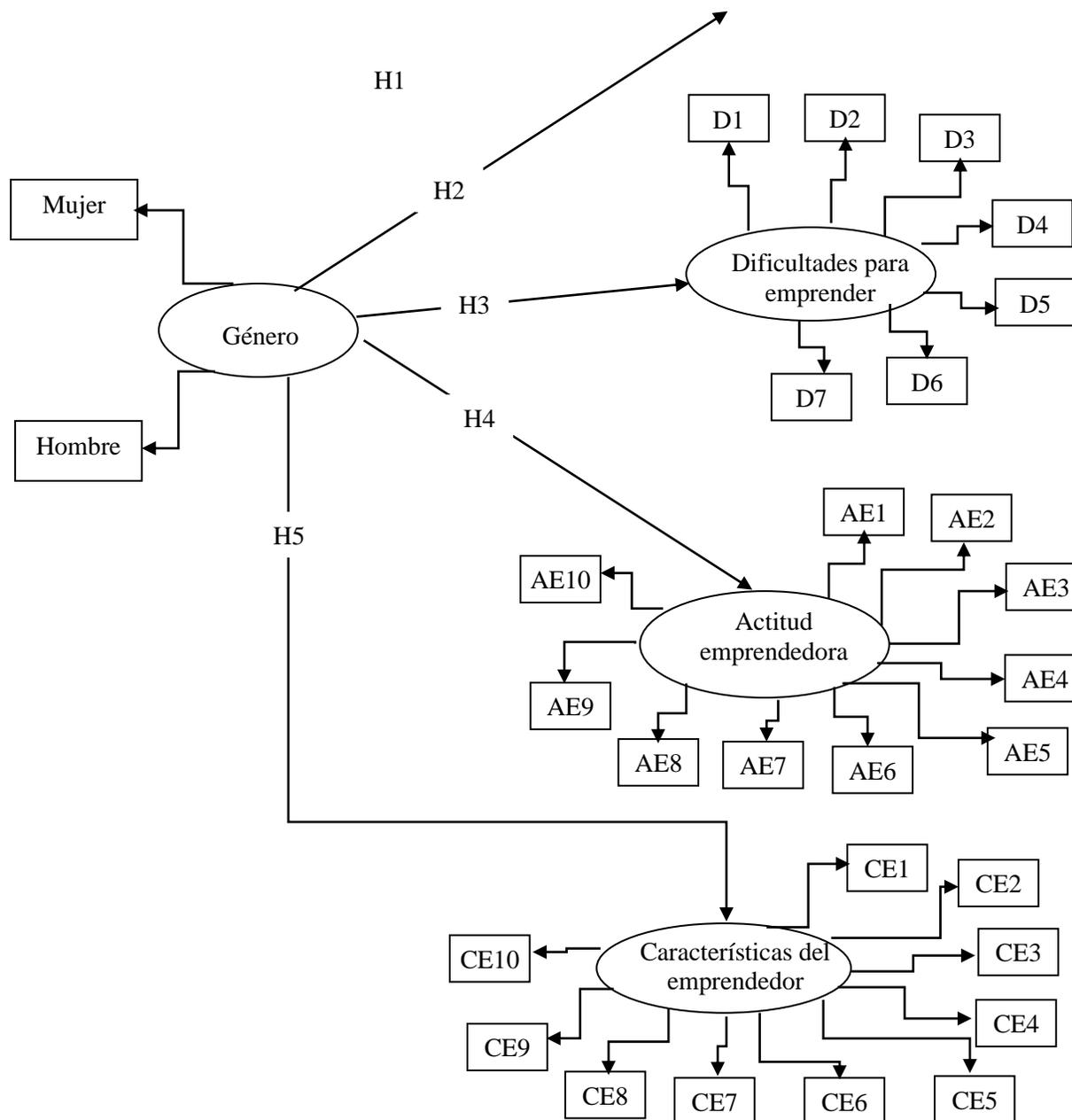
H5. En el noreste de México existen diferencias significativas en las Característica que debe tener el emprendedor consideradas por los hombres jóvenes en comparación con las mujeres.

3. Método

La Figura 1 muestra el modelo de investigación que se desea comprobar. La Tabla 1 muestra la operacionalización de las variables. Como se puede observar, la variable independiente Género tiene un impacto sobre las variables dependientes, en este caso, el Deseo de emprender, Motivos para emprender, Dificultades para emprender, Actitud emprendedora y las Características que debe tener el emprendedor. Las preguntas que integran cada variable se pueden ver en la encuesta utilizada en este estudio.

Figura 1. Modelo de investigación





Fuente: elaboración propia basado en la relación entre la variable independiente (Género) y las variables dependientes (Deseo de emprender, Motivos para emprender, Dificultades para emprender, Actitud emprendedora y Características del emprendedor)

Tabla 1. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	INSTRUMENTACIÓN	OPERACIONALIZACIÓN
Género	El conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que se desarrollan en una cultura desde la diferencia anatómica	Indicadores de Género 1.-Mujer 2.-Hombre	Pregunta categórica sobre tipo de Género

	de hombres y mujeres para la representación social de lo masculino y lo femenino		
Deseo de Emprender	Las necesidades humanas se transforman en deseos conforme a la cultura y a la manera en la que los individuos procesan estas necesidades, es entonces la sociedad quien va dando forma a los deseos al transformarlos en objetos que satisfarán esas necesidades.	Ha pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia 1.-No, nunca 2.-Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa	Se utilizó una prueba no paramétrica U de Mann-Whitney debido al tipo de datos o variables que se incluyen en el estudio, una variable independiente de tipo dicotómica y una o más variables dependientes de tipo ordinal. Este análisis fue realizado utilizando la versión 21 del software estadístico SPSS.
Motivos para Emprender	La motivación es un proceso concerniente con el logro de una meta que lleve a un individuo a mantener o mejorar su vida.	¿Cuáles son o serían los motivos para crear una empresa propia? 1.-Independencia económica 2.-Ganar más dinero que trabajando por un sueldo 3.-Invertir en un patrimonio personal 4.-Tradición familiar	Se utilizó una prueba no paramétrica U de Mann-Whitney debido al tipo de datos o variables que se incluyen en el estudio, una variable independiente de tipo dicotómica y una o más variables dependientes de tipo ordinal. Este análisis fue realizado utilizando la versión 21 del software estadístico SPSS.
Dificultades para Emprender	Obstáculos para llevar a cabo una actividad emprendedora.	¿Cuáles son o serían las dificultades en la creación de una nueva empresa? 1.-Riesgo demasiado elevado 2.-Falta de capital inicial 3.-Cargas fiscales altas 4.-Falta de sueldo mínimo asegurado 5.-Temor al fracaso 6.-Ingresos irregulares 7.-Falta de conocimientos en la gestión de la empresa	Se utilizó una prueba no paramétrica U de Mann-Whitney debido al tipo de datos o variables que se incluyen en el estudio, una variable independiente de tipo dicotómica y una o más variables dependientes de tipo ordinal. Este análisis fue realizado utilizando la versión 21 del software estadístico SPSS.
Actitud Emprende-dora	Capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida teniendo como base la confianza en uno mismo.	Actitudes que debe tener un emprendedor 1.Considero importante disponer de autonomía en el trabajo 2.Tengo facilidad para comunicarme con otras personas 3.Me considero una persona creativa en la solución de los problemas 4.-Me enfrento a dificultades de forma	Se utilizó una prueba no paramétrica U de Mann-Whitney debido al tipo de datos o variables que se incluyen en el estudio, una variable independiente de tipo dicotómica y una o más variables dependientes de tipo ordinal. Este análisis fue realizado utilizando la versión 21 del software estadístico SPSS.

		animada y optimista 5.-Me considero una persona perseverante 6.-Me considero una persona entusiasta a la hora de iniciar nuevos proyectos 7.-Tolero bien los fracasos y los utilizo para aprender 8.-Me gusta sentirme independiente 9.-Me estimula enfrentarme a nuevos retos 10.-Asumo la responsabilidad de mis decisiones ya sean acertadas o erróneas	
Características del Emprendedor	Cualidades que permiten identificar alguien como emprendedor distinguiéndolo de sus semejantes	Características que debe tener un emprendedor. 1.-Son personas dinámicas que asumen riesgos 2.-Tienen gran capacidad de organización 3.- Tienen grandes dotes financieras y de gestión 4.-Su mentalidad es innovadora 5.-Son personas muy preparadas profesionalmente 6.-Tienen una gran visión de futuro 7.- Invierten dinero 8.-Ganan mucho dinero 9.-Tienen habilidad para el diálogo 10.-Son personas morales y honradas	Se utilizó una prueba no paramétrica U de Mann-Whitney debido al tipo de datos o variables que se incluyen en el estudio, una variable independiente de tipo dicotómica y una o más variables dependientes de tipo ordinal como las que se incluyeron en este estudio

Fuente: Elaboración propia

En esta investigación, se utilizó la encuesta propuesta por el UCO (2011) para evaluar el impacto del Género en las variables relacionadas al emprendimiento de los jóvenes estudiantes. Se administró el instrumento de medición a 340 estudiantes de licenciatura de primero a décimo semestre en una universidad pública del noreste de México. De estos encuestados, 158 fueron hombres y 182 mujeres. Cabe mencionar que las edades de los estudiantes que participaron en este estudio fluctuaron entre los 17 y los 23 años.

La encuesta que se utilizó incluyó preguntas de varios tipos: de respuesta dicotómica donde las opciones de respuesta

fueron sí o no, otras preguntas solicitaban a los participantes escoger entre los principales motivadores y dificultades para emprender además de los atributos que debe tener un emprendedor, aquí se seleccionaban todas las opciones que aplicaran según el caso. La encuesta incluyó 9 preguntas en total. Una pregunta cuestionando sobre el género del participante y las restantes tratando de medir las variables dependientes relacionadas al emprendimiento. La encuesta que se utilizó fue validada en un estudio anterior (UCO, 2011) por lo que se procedió a utilizarla para comprobar las hipótesis de investigación.

4. Resultados

Para comprobar las hipótesis de investigación, se manejó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney (McKnight & Najab, 2010) debido al tipo de datos o variables que se incluyen en el estudio, una variable independiente de tipo dicotómica y una o más variables dependientes de tipo ordinal como las que se incluyeron en este estudio. Esta prueba no paramétrica permite determinar si constan diferencias importantes en relación con las 5 variables dependientes con base en el Género. Este análisis fue realizado utilizando la versión 21 del software estadístico SPSS. La prueba de Mann-Whitney permite determinar diferencias entre dos grupos independientes sin suponer una distribución determinada.

En la Tabla 2 se muestran los resultados del rango medio de hombres y mujeres, así como el valor p que mostró el análisis de la prueba Mann-Whitney para las diferencias en el Deseo de emprender, Motivos para emprender, Dificultades para emprender, Actitud emprendedora y las Características del emprendedor con respecto al Género. En general, los valores de rango medio muestran diferencias entre hombres y mujeres en varios de los ítems que integran las variables relacionadas al emprendimiento.

En la Tabla 2 se pueden observar los valores del rango medio para los ítems que integran las variables relacionadas al emprendimiento, los cuales muestran resultados mixtos, ya que algunos tienen un valor más alto a favor de las mujeres y otros ítems muestran un valor que favorece a los hombres. Para el caso de

la variable Deseo de emprender, en el ítem DE1, se cuestiona al estudiante si piensa fundar su propia empresa. El resultado indica que una mayor proporción de mujeres tienen pensado fundar su empresa en comparación con los hombres, sin embargo esta diferencia no es significativa, lo mismo ocurre en la pregunta DE2 donde se cuestiona sobre el tiempo en que piensan abrir o fundar su propia empresa, en este ítem los hombres mencionan en mayor proporción que abrirán su empresa en menos de 5 años en comparación con las mujeres, sin embargo esta diferencia tampoco es significativa y por lo tanto se rechaza la hipótesis de investigación H1.

Con respecto a las preguntas relacionadas a la variable Motivos para emprender, ambos grupos no muestran diferencias importantes en relación con que la independencia económica o la tradición familiar los motiven a emprender, sin embargo, a los hombres si les motiva emprender para ganar más dinero que trabajando para otra empresa, esta diferencia en comparación con las mujeres si es significativa. También se observan diferencias significativas a favor de las mujeres ya que ellas mencionan que les motiva más emprender para poder invertir y formar un patrimonio personal en comparación con los hombres, como se indicó anteriormente, esta diferencia también es significativa de acuerdo con el valor p de la prueba Mann-Whitney. En resumen, dos de las preguntas de la variable Motivos para emprender no muestran diferencias significativas y dos ítems si las muestran, por lo tanto, se acepta parcialmente la hipótesis de investigación H2.

Tabla 2. Resultados de rangos medios y valor p del estadístico de la Prueba U de Mann-Whitney para las diferencias en el Deseo de emprender, Motivos para emprender, Dificultad para emprender, Actitud emprendedora y Características del emprendedor entre hombres y mujeres

Característica	Rango medio		Valor p	Característica	Rango medio		Valor p
	Hombres	Mujeres			Hombres	Mujeres	
Deseo de emprender				Actitud emprendedora			
DE1	169.77	171.14	0.859	AE4	172.07	169.14	0.698
DE2	171.80	169.37	0.777	AE5	164.83	175.42	0.063

Motivaciones para emprender				AE6	161.45	178.36	0.005	**	
M1	172.41	168.84	0.697	AE7	170.54	170.47	0.993		
M2	185.73	157.28	0.002	**	AE8	164.28	175.90	0.011	*
M3	146.09	191.69	0.000	**	AE9	171.56	169.58	0.748	
M4	167.30	173.27	0.116		AE10	168.32	172.40	0.283	
Dificultades para emprender				Características del emprendedor					
D1	172.18	169.09	0.721	CE1	166.32	174.13	0.017	*	
D2	159.72	179.86	0.021	*	CE2	167.09	173.46	0.134	
D3	177.97	164.01	0.021	*	CE3	168.15	172.54	0.538	
D4	169.44	171.42	0.748		CE4	165.94	174.46	0.056	
D5	162.39	177.54	0.102		CE5	168.61	172.14	0.700	
D6	174.49	167.03	0.363		CE6	169.24	171.54	0.580	
D7	172.95	168.37	0.595		CE7	163.65	176.45	0.057	
Actitud emprendedora				CE8	169.72	171.18	0.871		
AE1	166.06	174.36	0.125	CE9	167.09	173.45	0.134		
AE2	160.64	178.88	0.009	**	CE10	165.11	175.18	0.181	
AE3	169.30	171.54	0.750						

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del reporte de SPSS versión 21.

(*) *significativo a un p value < .05*

(**) *significativo a un p value < .01*

Lo que corresponde a las preguntas que indican la Actitud a emprender se manifiesta en los resultados que solo en tres de estas preguntas existen diferencias significativas, y en estos tres ítems dichas diferencias son a favor de las mujeres. En este sentido, la mayoría de las mujeres indican que poseen gran facilidad de comunicación con otras personas en comparación con los hombres. De igual forma, las mujeres se consideran más entusiastas que los hombres a la hora de iniciar nuevos proyectos y finalmente, a las mujeres les agrada más sentirse independientes en comparación con los hombres. Dado que, en solo 3 de los 10 ítems se muestran diferencias significativas entre los dos grupos, la hipótesis H4 es aceptada parcialmente.

En la última pregunta del cuestionario, que se enfoca en las características o atributos que debe tener un emprendedor, solamente en una característica aparecen diferencias significativas a favor de las mujeres ya que ellas piensan que un emprendedor debe ser una persona muy dinámica, sin embargo, en las restantes 9 características del emprendedor los valores no reflejaron diferencias importantes, lo cual quiere decir que tanto hombres como mujeres ponderan igualmente importante a todas las características que debe de poseer cualquier emprendedor. Debido a esta similitud de resultados entre los dos grupos y a que en solo una característica se encontraron diferencias significativas, se acepta la hipótesis de investigación H5 de manera parcial.

5. Conclusiones

Los resultados conseguidos aportan información relevante de la actitud y probablemente el comportamiento que pueden tener los jóvenes con relación al emprendimiento. Estos datos demuestran que en general, ni el tener independencia económica y seguir con la tradición familiar son motivos que tengan un impacto importante a la hora de emprender una empresa. Por el contrario, se muestra que al emprender los hombres están interesados en ganar más dinero y las mujeres en poder tener un patrimonio personal. Como se puede observar, los dos motivos están relacionados, ya que, al ganar más dinero, tanto hombres como mujeres podrán tener la oportunidad de invertir y formar un patrimonio propio que en consecuencia les permitirá la independencia financiera que de primera instancia aparentemente no les interesa.

Otro dato importante de este estudio es que las mujeres ven la falta de capital como una gran dificultad para iniciar su propia empresa. Esto tiene implicaciones importantes para los empresarios del sector financiero y para servidores públicos. Para estos actores es necesario que se faciliten y se promuevan productos financieros enfocados a apoyar a las mujeres que quieran emprender. Lo anterior va a contribuir de forma positiva en la formación de nuevas empresas, lo cual supone nuevas fuentes de trabajo y un mayor desarrollo de la economía. En el caso de los hombres, la mayor dificultad radica en una pesada carga fiscal por parte del gobierno para los emprendedores. Por lo tanto, es necesario que los actores políticos que tienen injerencia en los aspectos tributarios ofrezcan incentivos fiscales que fomenten y promuevan la creación de nuevas empresas, sobre todo las micro y pequeñas empresas.

Finalmente, los resultados indican que las mujeres tienen, al menos desde su óptica, mayor facilidad de comunicación, son más entusiastas al iniciar nuevos proyectos y les gusta ser más independientes que los hombres. Del mismo modo, las mujeres le dan más valor a que un emprendedor debe ser una persona

altamente dinámica para poder sobresalir en el ámbito empresarial. Esto puede revelar que, en un futuro cercano, la mayor parte de las nuevas empresas sean creadas y/o dirigidas por mujeres, lo cual refuerza la conclusión sobre el apoyo que se les debe dar a este grupo social para que puedan emprender con éxito sus proyectos de inversión.

Es importante recalcar que los resultados de este estudio no pueden generalizarse ya que están limitados dada la muestra que se utilizó de jóvenes que estudian en el noreste de México. Estudios futuros deben utilizar una muestra más representativa de otras partes del país o bien deben incluir otras regiones del mundo.

El objetivo de este estudio fue el de conocer las diferencias con respecto al Género con relación al Deseo de emprender, los Motivos para emprender, las Dificultades para emprender, la Actitud emprendedora y las Características del emprendedor de los jóvenes estudiantes en el noreste de México. Los resultados muestran que existen algunas diferencias importantes entre hombres y mujeres jóvenes en cuanto a emprendimiento.

6. Referencias

- Azqueta, D. A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. *idUS*, 21-39.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *Informe anual*. Washington DC.
- Brenes, B. L., y Bermúdez, M. L. (2013). Diferencias por género en el emprendimiento empresarial Costarricense. *Tec Empresarial*, 7(2), 19-27.
- Comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos. (N. Unidas, Ed.) *CEPAL - Serie Mujer y desarrollo*(93), 1-83.
- Consejo Social Universidad de Córdoba UCO. (2011). *Acitud emprendedora y género en el alumnado de la Universidad de Córdoba*. Córdoba: Servicio de publicaciones de la Universidad de Córdoba.
- Fernandez, L. A., Rueda, S. M., y Herrero, C. A. (2011). Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria. *aeca* 95, 1-22.
- Fuentes, G. F., y Sánchez, C. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género . *Estudios de Economía aplicada*, 28(3), 1-28.
- García, A. (17 de febrero de 2019). *Las brechas de género en el emprendimiento*. Recuperado el 09 de mayo de 2019, de El economista: <https://www.economista.com.mx/economia/Las-brechas-de-genero-en-el-emprendimiento-20190217-0001.html>
- García, V. D., y Plata, G. A. (diciembre de 2017). *Características de las mujeres emprendedoras*. Recuperado el 08 de mayo de 2019, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/innovacion/16-caracteristicas-de-las-mujeres-emprendedoras.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2005). *Informe ejecutivo GEM España*. Obtenido de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/Informes%20antiguos/GEM2005.pdf>
- Godoy, R. C., Rodríguez , C. M., Santos, C. A., Tapia, M. N., Villablanca, Z. G., Villarreal , D. G., y Zúñiga , V. S. (2018). GÉNERO Y EMPRENDIMIENTO. Análisis crítico en torno a la subjetividad de emprendedores y emprendedoras de la Región Metropolitana, Chile. *Antropología Experimental*, 15(18), 231-247.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decimoprimer ed.). México: Pearson.
- Marulanda, V. F., y Morales, G. S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Escuela de administración de negocios EAN* (81), 12-28.
doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- McKnight, P. E., y Najab, J. (2010). Mann-Whitney U Test. (I. John Wiley y Sons, Ed.) *The Corsini encyclopedia of psychology*, 1-1.
- Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP). (2018). *Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico*. Santiago de Chile: Mujeres del Pacífico.
- Palmero, F. (2005). Motivación: conducta y proceso. *Revista electrónica de motivación y emoción* , 8(20-21), 1-29.
- Quejada, P. R., y Ávila, G. N. (2017). Aproximación del perfil emprendedor en América Latina . *Panorama económico* , 24, 249-268.
- Saboia , L. F., y Martín, C. N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores Brasileños. *REAd - Revista Eletrônica de Administração*, 12(2).
- Salinas, R. F., y Osorio, B. L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(75), 128-151.
- Santamaría , H. E., y Tapia, Q. D. (24 de mayo de 2017). *Emprendimiento y género en México*. Recuperado el 18 de marzo de 2019, de Centro de analisis para la investigación en innovación (CAIINNO): <https://www.caiinno.org>
- SEDESOL. (2017). *Diagnóstico E016: Articulación de políticas integrales de juventud*. Cd. de México: IMJUVE.

- Valencia, A. G. (2012). Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las extrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. *Semestre económico*, 15(32), 103-127.
- Valenzuela, M. E. (2005). *¿Nuevo Sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latia en el umbral del siglo XXI*. (V. M.E., Ed.) Santiago, Chile: CEM.
- Veciana, V. J. (2005). *La creación de empresas Un enfoque gerencial* (Vol. 33). Barcelona, España: La Caixa.
- Vivel, B. M., Duran, S. P., Fernández, L. S., y Rodeiro, P. D. (2008). Las barreras al emprendimiento universitario femenino. *Investigaciones de Economía de la Educación* (3), 337-346.