

## Diferencias de género en jóvenes universitarios del Ecuador, de acuerdo con sus intereses y capacidades para emprender

### Gender differences in university students from Ecuador, according to their interests and abilities in entrepreneurship

Valentina Ramos Ramos<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0001-7803-8461>,  
Christopher Páramo Suárez<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0002-9067-0416>

<sup>1</sup>Escuela Politécnica Nacional, Quito, Ecuador  
[valentina.ramos@epn.edu.ec](mailto:valentina.ramos@epn.edu.ec), [christopher.paramo@epn.edu.ec](mailto:christopher.paramo@epn.edu.ec)



Esta obra está bajo una licencia internacional  
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Enviado: 2021/11/22

Aceptado: 2021/12/06

Publicado: 2021/12/30

#### Resumen

El emprendimiento es una característica presente en esta generación, por tanto, estudiantes universitarios tienen el interés de crear su propio negocio y ser independientes. Sin embargo, el contexto y la existencia de un entorno propicio para innovar y emprender son esenciales para que exista interés de emprender. Igualmente, la formación es importante para desarrollar capacidades necesarias para tener éxito en el emprendimiento. Este estudio muestra la comparación entre hombres y mujeres sobre los intereses y capacidades de emprendimiento en dos grupos de jóvenes universitarios: el primero de miembros de AIESEC y el segundo de estudiantes de últimos semestres de la carrera de Ingeniería Empresarial. La recolección de información se realizó mediante cuestionarios que evalúan: empatía, valores, inteligencia emocional, proactividad, entre otras competencias; además del interés para emprender. Los resultados muestran que hay diferencias de género en el caso de miembros de AIESEC en comparación con los estudiantes de administración. Donde, el género masculino tiene diferencias estadísticamente significativas en la percepción de excelencia para crear una empresa y la existencia de negocios previos en ambos grupos. Las personas de género femenino, por su parte, mostraron tener autoestima más baja, pero mayor apoyo del círculo cercano al momento de crear una empresa.

**Palabras clave:** capacidades, emprender, estudiantes universitarios, género, intereses.

**Sumario:** Introducción, Metodología, Resultados, Discusión y Conclusiones.

**Como citar:** Ramos, V. & Páramo, C. (2021). Diferencias de género en jóvenes universitarios del Ecuador, de acuerdo con sus intereses y capacidades para emprender. *Revista Tecnológica - Espol*, 33(3), 23-39.  
<http://www.rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/885>

### Abstract

Entrepreneurship is a characteristic of this current generation; therefore, university students are interested in creating their own business and being independent. However, the context and the existence of an environment conducive to innovation and entrepreneurship are essential to foster interest in entrepreneurship. Likewise, training is important to develop the necessary skills to succeed in entrepreneurship. This study shows the comparison between men and women on their interests and abilities of entrepreneurship in two groups of young university students: the first group of AIESEC (acronym in Spanish) members and the second group of students in their last semesters of Business Engineering. The information was collected through questionnaires that evaluate empathy, values, emotional intelligence, proactivity, among other competencies, as well as interest in entrepreneurship. The results show that there are gender differences in the case of AIESEC members compared to management students. Male gender has statistically significant differences in the perception of excellence to create a company and the existence of previous businesses in both groups. Females, on the other hand, showed lower self-esteem, but greater support from the close circle at the time of creating a business.

**Keywords:** entrepreneurship, gender, interests, university students, skills.

### Introducción

La evolución de la sociedad se ha categorizado por la capacidad de adaptación e innovación del ser humano en el ecosistema que le rodea, es decir, las habilidades, conocimientos, capacidades e interés que posee le permiten mejorar su estilo de vida, sobre todo el factor económico. En base a esta premisa, en los últimos años las personas han buscado tener una independencia económica por medio del emprendimiento, poniendo en práctica sus propias capacidades e intereses que les permite crear un negocio propio y buscar su satisfacción personal. El emprendimiento se ha convertido en un elemento clave para el crecimiento de la economía de las naciones y una de las principales fuentes de empleo de los ciudadanos (Vuorio, Puumalainen & Fellnhofer, 2018), determinándose como uno de los aspectos fundamentales la existencia de ecosistemas que permitan el surgimiento y desarrollo del emprendimiento (Malecki, 2018).

En la actualidad, el alto nivel de competitividad de las empresas tradicionales en la búsqueda de los mejores profesionales tanto en habilidades como en experiencia en el mercado laboral generan que el emprendimiento sea una opción cada vez más viable para las nuevas generaciones. Estas poseen capacidades que desarrollan en sus campos de estudio y la influencia de su red de apoyo que les permite transformar sus ideas para capitalizarlas en un negocio que se adapta de forma creativa e innovadora ante los frecuentes cambios y retos que se presentan en el mundo.

De esta forma se define al emprendedor como el individuo que crea un negocio en base a habilidades y conocimientos tanto aprendidos como adquiridos con el soporte de la influencia de su red de apoyo y su propia motivación para obtener un beneficio económico para ayudar a todo su entorno (Echeverri, 2018; Faghieh, 2019; Ferreto, 2018; Krauss, 2018; Villalobos, 2018).

### Condiciones de emprendimiento

Mediante el modelo de Paturel (1997) conocido como la coherencia del proyecto se determina que existen 3 factores base para emprender: motivaciones del creador, sus competencias y recursos. Además, que el ambiente donde se desarrolla la actividad emprendedora siempre busca ser favorable para su desarrollo. La intención de emprender no es un suceso al azar de la intencionalidad y bajo la influencia que recibe el futuro de su red de

apoyo (Bird & Jelinek, 1988). Para Gallurt-Plá (2010) el contexto social que está en contacto con el individuo le incentiva y afecta positivamente a la hora de crear un emprendimiento. Además, el círculo cercano que afecta positivamente a la persona que va a emprender, es decir, la familia y amigos son promotores para la emprender, ya que brindan apoyo y motivación constante (Iglesias, Jambrino, Peñafiel, & Kokash, 2016).

### **Capacidades de emprendimiento**

Los estudios sobre el emprendimiento muchas veces hacen referencias a los elementos relacionados con las condiciones externas para emprender como el caso del capital y la existencia de oportunidades para que se pueda concretar el emprendimiento, pero no hay un enfoque suficiente desde la lógica de los procesos cognitivos y las capacidades de las personas (Welter, Baker & Wirsching, 2017). La capacidad emprendedora es la habilidad que tiene el individuo para tomar decisiones con iniciativa propia y mantenerlas las mismas con perseverancia mientras su entorno cambia (Majmud, 2013). Además, existen 3 pilares que fundamentan la capacidad de emprender: tener ideas propias, utilizar estas ideas para identificar oportunidades y saber organizar los recursos para ejecutar la idea inicial. Para Yépez, Frías & Asunción (2019) los emprendedores tienen la capacidad hacer que las ideas iniciales en modelos de negocio rentables que aporten positivamente a la sociedad. Los tipos de capacidades para emprender que tiene un individuo pueden ser: proactividad, toma de decisiones, inteligencia emocional, valores y planificación (Roegiers, 2000). Para Schmutzler, Andonova y Diaz-Serrano (2019), poseer capacidades para el emprendimiento, y específicamente aquellas que se relacionan con la autoeficacia, son claves para el éxito de iniciar un emprendimiento. De esta forma, las capacidades resultan claves para poder establecer premisas claves para el emprendimiento, las que, unidas a las condiciones para emprender, constituyen la tercera ola de estudios del emprendimiento (Welter et al., 2019).

### **Género y emprendimiento**

Autores como Kuratko y Morris (2018) argumentan el emprendimiento se encuentra permeado por variables sociodemográficas, siendo el género una de ellas. Según INCAE<sup>1</sup>, la discriminación de género prevalece en las sociedades de América Latina, donde, las mujeres se ven afectadas directamente en la participación en el emprendimiento. Además, limita su crecimiento personal y su capacidad económica para el desarrollo de su entorno familiar (Ilie & Cardoza, 2018). Mediante el estudio elaborado por Henríquez, Mosquera & Arias (2010), determinan que existe una diferencia entre hombres y mujeres emprendedoras, también se determina que las mujeres son más emprendedoras que los hombres, sin embargo, las mujeres presentan diferencias significativas en los ingresos y posibilidades que pueden acceder frente a los hombres. También se determina que la brecha emprendedora entre hombres y mujeres en los recientes años cada vez se acorta más (Pinokvetskaia & Ginzburg, 2018).

### **Contexto académico y emprendimiento**

Según Kuratko (2005) consideraba que el emprendimiento o ciertas dimensiones de este no pueden enseñarse. Por otro lado, mediante el estudio realizado por Powell (2013) se determina que la premisa es obsoleta ya que hoy en día se puede enseñar habilidades, capacidades y conocimiento sobre emprender, sobre todo en el campo universitario, ya que el modelo triple hélice (universidad-industria-gobierno) promueve que los estudiantes puedan ser capaces de aportar a la sociedad con su conocimiento, esto puede evidenciar principalmente con una idea emprendedora. Mediante un estudio realizado por Astudillo, Mora & Pozo (2019) se determina que los estudiantes tienen un aumento en sus habilidades, conocimientos e información al finalizar un periodo académico en comparación al inicio de este. Esto les

---

<sup>1</sup> Instituto Centroamericano de Administración de Empresas

permite a los estudiantes acceder a mayor información y aumentar la posibilidad de emprender. Sin embargo, a pesar de que existen estudios previos de la relación entre los ambientes de innovación y el emprendimiento, todavía hay espacios para poder explicar la influencia de la cultura y los contextos en el emprendimiento (Lounsbury, Cornelissen, Granqvist & Grodal, 2019).

Por esta razón, el objetivo de la presente investigación es identificar la relación entre las capacidades e interés de emprender de jóvenes estudiantes de la carrera de ingeniería empresarial y jóvenes miembros de la AIESEC del Ecuador con respecto a su género. De esta manera se estarían considerando aspectos relevantes para comprender el emprendimiento como el género y el contexto.

## **Metodología**

### **Muestra**

El estudio se realizó en dos organizaciones relacionadas con estudiantes universitarios. Una de las organizaciones fue la Facultad de Gestión de una Universidad Pública (N= 136) y en el otro caso fue en una asociación de estudiantes internacional (N=106). En ambas organizaciones se consideraron estudiantes ecuatorianos, en su mayoría solteros, con un promedio de edad de 21 años.

### **Herramientas**

Las herramientas para hacer las mediciones se basaron en el estudio previo de Ramos, Ruiz & Franco-crespo, 2020), permitiendo la evaluación de intereses de emprendimiento, divididos en capacidad de emprender, percepciones sobre la creación de empresas e influencias para emprender. Asimismo, en las competencias relacionadas con el emprendimiento se consideraron los valores, la esperanza, la autoestima, la personalidad proactiva, la actitud hacia el emprendimiento, la toma de decisiones y la empatía.

### **Procedimiento**

Para el estudio se aplicó una encuesta utilizando la plataforma Google Forms a los dos grupos de estudiantes. La encuesta estuvo online durante quince días, con seguimiento por parte de los investigadores como forma de recordatorio para el llenado. El instrumento fue anónimo y la participación de los estudiantes fue de forma voluntaria.

### **Análisis de los datos**

Los datos fueron analizados utilizando cálculos de frecuencia y comparaciones de media a partir del coeficiente ANOVA. Igualmente se realizaron correlaciones entre variables utilizando para ellos el coeficiente de Spearman.

## **Resultados**

Los valores se obtuvieron considerando comparaciones generales entre los dos grupos de estudiantes, así como comparaciones teniendo en cuenta el género del estudiante. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

### **Diferencias entre grupos de estudiantes teniendo en cuenta la organización**

Teniendo en cuenta a la organización de los estudiantes, se realizaron cálculos de comparación. Estos resultados se muestran en la Tabla 1.

**Tabla 1***Diferencias entre estudiantes relacionadas con las condiciones para emprender de acuerdo con su organización*

	Media IE	Media AIESEC	Sig.	Mínimo	Máximo
<b>Capacidad de emprender</b>					
Relación con los stakeholders	3,664	4,13	0,000	2,00	5,00
Cultura de trabajo	3,720	3,95	0,008	2,00	5,00
Trabajo con incertidumbre	3,552	4,13	0,000	1,67	5,00
<b>Percepciones sobre la creación de empresas</b>					
En el caso que identificara posibilidades de comercializar los resultados de investigación o una idea consideraría seriamente establecer mi propia empresa	5,634	5,85	0,181	1,71	7,00
Apoyo del círculo cercano para crear empresa	5,300	5,57	0,036	2,00	7,00
Intención de crear empresa	5,655	5,87	0,150	2,00	7,00
Excelencia en el proceso de crear empresa	5,117	5,46	0,039	1,00	7,00
Tolerancia al fracaso	5,630	4,77	0,000	2,38	7,00
<b>Influencias para emprender</b>					
Mis contactos o discusiones con potenciales clientes me pueden aportar información que me ayuda o incentiva a crear una nueva empresa.	4,525	5,88	0,000	1,00	7,00
Información y relaciones influyen a crear una empresa	4,814	5,95	0,000	1,00	7,00
Mi comunidad influye para crear una empresa	5,395	5,25	0,366	1,83	7,00

Nota: IE son las siglas de Ingeniería Empresarial.

Los resultados muestran que los estudiantes de AIESEC reconocen tener mejores condiciones relacionadas con el emprendimiento, así como un mejor sistema de soporte y apoyo para la creación de empresas. Sin embargo, los valores de ambos grupos de estudiantes no son elevados, lo que demuestra que hay oportunidades de mejora para que el sistema en el que se encuentran los estudiantes pueda tener un mayor impacto para el emprendimiento. Los estudiantes de administración, en cambio, mostraron valores más altos de manera estadísticamente significativa en los relacionados con la tolerancia al fracaso, lo cual puede ser un reflejo de la cultura organizacional de la Universidad a la que pertenecen. Estos resultados de comparación, teniendo en cuenta las competencias de innovación, se muestran en la Tabla 2.

Con relación a las competencias asociadas al emprendimiento, hubo resultados de medias más altos y estadísticamente significativos en el caso de los estudiantes de administración para las variables esperanza y autoestima. Por su parte, los estudiantes de AIESEC tuvieron valores más elevados y estadísticamente significativos comparados con los estudiantes de administración en las variables asociadas a la empatía, la actitud al emprendimiento y la proactividad. Hubo aspectos relacionados con atención y reconocimiento de los sentimientos que aparecieron de manera indistinta tanto en estudiantes de administración como en estudiantes miembros de AIESEC.

**Tabla 2**

*Diferencias entre estudiantes relacionadas con las competencias para emprender de acuerdo con su organización*

	Media IE	Media AIESEC	Sig.	Mínimo	Máximo
Valores					
Pertenecer a un grupo y ser participe en ayudar a los demás	5,853	6,07	0,079	2,00	7,00
Esperanza					
Esperanza	4,689	4,35	0,026	1,00	7,00
Autoestima					
Alta autoestima	5,586	3,58	0,000	1,33	7,00
Baja autoestima	5,611	2,16	0,000	2,00	7,00
Personalidad Proactiva					
Personalidad Proactiva	4,040	5,75	0,000	2,00	5,00
Inteligencia Emocional					
Presto mucha atención a los sentimientos.	2,135	4,22	0,000	1,00	4,00
Reconocimiento de sentimientos y emociones propios	3,383	3,97	0,000	1,00	4,00
Atención a sentimientos y emociones	5,846	4,24	0,000	3,00	7,00
Grado de positivismo	3,718	4,12	0,001	1,00	5,00
Percepción e influencia de estado de ánimo	3,836	3,67	0,206	1,33	5,00
Estado de ánimo	3,477	3,66	0,136	1,00	5,00
Actitud de emprendimiento					
Detección y aprovechamiento de oportunidades	3,964	4,37	0,000	1,75	5,00
Actitud ante oportunidades y adversidad	3,280	4,54	0,000	1,57	4,00
Excelencia profesional	3,210	4,54	0,000	1,25	4,00
Toma de decisiones					
Toma de decisiones	3,235	6,14	0,000	1,00	7,00
Empatía					
Suelo darme cuenta rápidamente de cuándo un amigo/a está enfadado.	5,739	4,51	0,000	2,50	7,00
Detección de estado de ánimo de los demás	3,768	4,31	0,000	1,00	5,00
Empatía	3,204	3,72	0,000	1,00	5,00

Nota: IE son las siglas de Ingeniería Empresarial

### **Diferencias de género teniendo en cuenta las competencias y condiciones para el emprendimiento**

Las mismas comparaciones se realizaron teniendo en cuenta el género de los estudiantes. Las respuestas se encuentran en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Diferencias entre estudiantes relacionadas con las competencias y condiciones para emprender de acuerdo con el género*

	AIESEC			IE		
	Femenino	Masculino	Sig.	Femenino	Masculino	Sig.
Excelencia en el proceso de crear empresa	5,1564	5,5065	0,056	5,64	5,52	0,535
Apoyo del círculo cercano para crear empresa	5,6635	5,6420	0,916	6,20	5,62	0,012
Negocios previos y relaciones con inversores influyen a crear empresa	4,5705	5,1667	0,019	6,03	5,88	0,512
Lealtad y honestidad	5,9244	5,7500	0,334	5,89	6,21	0,045
Baja autoestima	2,1032	2,1811	0,607	3,96	4,42	0,017
Proactividad	5,7560	5,9776	0,139	3,99	4,43	0,004
Detección y aprovechamiento de oportunidades	3,1513	3,2943	0,089	4,39	4,65	0,020
Empatía	3,2733	3,1053	0,347	3,48	3,91	0,035

Nota: Se consideraron los valores donde hubo diferencias estadísticamente significativas entre los estudiantes de acuerdo con su género. Las variables y valores que no tuvieron diferencias estadísticamente significativas no están incluidos en la Tabla 3. IE son las siglas de Ingeniería Empresarial.

El comportamiento relacionado con diferencias de género fue distinto en el caso de estudiantes miembros de AIESEC en comparación con los estudiantes de administración. En el caso de AIESEC, hubo diferencias estadísticamente significativas relacionadas con el género teniendo en cuenta la percepción de excelencia al momento de crear una empresa y la existencia de negocios previos, donde el género masculino tuvo puntuaciones más altas. Esta diferencia de comportamientos, donde el género masculino tuvo una puntuación más alta, también se reflejó en el caso de los estudiantes de administración. Las personas de género masculino indicaron tener mayores niveles de lealtad, honestidad, proactividad, empatía y aprovechamiento de oportunidades. Las personas de género femenino, por su parte, mostraron tener una autoestima más baja, pero mayor apoyo del círculo cercano al momento de crear una empresa.

### **Relaciones entre competencias y condiciones para el emprendimiento de acuerdo con el género**

Para poder comprender la relación entre las competencias y las condiciones para el emprendimiento de acuerdo con el género, se realizaron cálculos para cada una de las organizaciones a las que pertenecen los estudiantes. Los resultados para el género femenino en el caso de estudiantes de administración se encuentran en la Tabla 4.

En el caso del género femenino en los estudiantes de administración, la autoestima a pesar de ser uno de los atributos claves para el emprendimiento, fue la variable con el menor número de correlaciones estadísticamente significativas con los elementos relacionados con las condiciones para emprender. Los otros elementos con menor número de correlaciones fueron el ser admirado y la empatía.

Tabla 4

*Relación entre competencias y condiciones para emprender de acuerdo en estudiantes de administración de acuerdo con el género*

	Condiciones de emprendimiento									
	Relaciones con stakeholders	Cultura de trabajo	Trabajo con incertidumbre	Intención de crear empresa	Excelencia en el proceso de crear empresa	Apoyo del círculo cercano para crear empresa	Tolerancia al fracaso	Información y relaciones influyen a crear empresa	La comunidad universitaria (sin contar estudiantes) influye a crear empresa	Negocios previos y relaciones con inversores influyen a crear empresa
<b>Género Femenino</b>										
Competencias de emprendimiento										
Pertenecer a un grupo y ser participe en ayudar a los demás	,222	,209	248*	414**	318**	298**	280*	512**	434**	,324**
Lealtad y honestidad	319**	318**	279*	262*	301**	405**	309**	405**	,151	0,114
Ser admirado	,054	,188	,085	,127	,069	,117	392**	,135	357**	,241*
Autenticidad	316**	424**	276*	298**	511**	263*	462**	486**	331**	,366**
Comportamiento referente al contexto	276*	411**	,178	279*	419**	351**	490**	410**	264*	,280*
Esperanza	327**	384**	259*	373**	482**	263*	320**	421**	342**	,263*
Baja autoestima	0,174	0,102	,260*	,224*	0,126	0,128	,116	0,162	270*	0,070
Alta autoestima	,106	,194	,108	,172	284*	,129	,125	381**	,061	0,183
Proactividad	328**	270*	237*	289*	516**	416**	356**	483**	338**	,408**
Reconocimiento de sentimientos y emociones propios	443**	386**	373**	268*	393**	259*	271*	391**	252*	0,200
Grado de positivismo	392**	258*	425**	238*	247*	,204	,185	393**	306**	0,205
Percepción e influencia de estado de ánimo	280*	321**	,210	,118	228*	,122	322**	363**	333**	,261*
Atención a sentimientos y emociones	505**	340**	303**	355**	283*	374**	,217	338**	,206	0,161
Actitud ante oportunidades y adversidad	252*	252*	283*	,209	285*	,218	,101	431**	227*	,305**
Detección y aprovechamiento de oportunidades	374**	,181	254*	246*	336**	266*	253*	390**	,220	,262*
Excelencia profesional	408**	257*	380**	364**	359**	447**	,139	487**	,137	,328**
Capacidad de planificar y tomar decisiones	234*	337**	293*	284*	427**	340**	370**	535**	362**	,414**

Detección de estado de ánimo de los demás	233*	364**	268*	,190	250*	273*	249*	410**	,222	0,173
Empatía	,016	,187	0,041	,119	240*	,190	235*	333**	450**	,316**
<b>Género Masculino</b>										
<b>Competencias de emprendimiento</b>										
Pertenecer a un grupo y ser participe en ayudar a los demás	,196	295*	,220	421**	316*	480**	394**	554**	477**	0,175
Lealtad y honestidad	,094	,151	,165	,231	,139	412**	347*	475**	,253	0,232
Ser admirado	,171	367**	275*	,081	340*	,202	,255	,179	466**	0,151
Autenticidad	381**	349**	284*	385**	417**	,235	,192	351**	,020	0,241
Comportamiento referente al contexto	,215	350**	,160	507**	349**	382**	372**	492**	383**	0,081
Esperanza	446**	377**	471**	445**	473**	438**	360**	539**	,258	,400**
Baja autoestima	0,185	,156	0,222	0,186	0,163	,031	0,060	0,196	,100	-0,141
Alta autoestima	403**	,138	349*	380**	354**	371**	,156	374**	,256	0,262
Proactividad	411**	,239	361**	471**	478**	397**	284*	409**	,165	,352**
Reconocimiento de sentimientos y emociones propios	,174	,145	293*	374**	,243	374**	,200	,217	327*	0,192
Grado de positivismo	275*	,260	,266	362**	277*	356**	358**	446**	278*	0,226
Percepción e influencia de estado de ánimo	,119	,080	,032	,198	,212	,100	,104	,098	,272	0,107
Atención a sentimientos y emociones	297*	,136	,205	442**	,264	,203	,130	354*	,175	0,160
Actitud ante oportunidades y adversidad	,225	,050	290*	,105	296*	,148	0,075	,125	0,097	0,257
Detección y aprovechamiento de oportunidades	478**	372**	472**	319*	,267	,244	,035	287*	,044	,340*
Excelencia profesional	,148	0,007	,173	,066	,207	,241	,078	,179	,030	0,126
Capacidad de planificar y tomar decisiones	,198	,217	289*	347*	285*	,265	,204	412**	337*	,345*
Detección de estado de ánimo de los demás	307*	301*	354**	,220	,244	,222	,041	,192	275*	0,180
Empatía	,146	,141	,112	0,019	,111	,158	324*	,092	596**	0,109

El género masculino en estudiantes de administración tuvo menos componentes de comportamientos que correlacionaron de forma estadísticamente significativa con las condiciones para emprender. Los que no tuvieron correlaciones significativas fueron la percepción de la influencia y la baja autoestima. Por su parte, la honestidad, el estado de ánimo, la excelencia profesional, la atención a sentimientos, la capacidad de detectar estados de ánimo

en las personas y la empatía tuvieron pocas correlaciones estadísticamente significativas. En el caso de las estudiantes de género femenino de AIESEC, los cálculos de correlaciones están presentados en la Tabla 5.

**Tabla 5**

*Relación entre competencias y condiciones para emprender de acuerdo en estudiantes de AIESEC de acuerdo con el género*

	Relaciones con stakeholders	Cultura de trabajo	Trabajo con incertidumbre	Intención de crear empresa	Excelencia en el proceso de crear empresa	Apoyo del círculo cercano para crear empresa	Tolerancia al fracaso	Información y relaciones influyen a crear empresa	La comunidad universitaria (sin contar estudiantes) influye a crear empresa	Negocios previos y relaciones con inversores influyen a crear empresa
<b>Género Femenino</b>										
Competencias de emprendimiento										
Pertenecer a un grupo y ser participe en ayudar a los demás	,233	,041	,126	,201	,169	,201	,104	,211	,134	0,223
Lealtad y honestidad	344**	351**	,206	361**	340**	,221	317*	309*	274*	0,194
Ser admirado	,159	0,034	,158	,036	,047	0,023	,025	,065	0,102	-0,041
Autenticidad	,272*	0,002	0,209	0,089	0,089	0,123	0,165	0,052	0,015	-0,146
Comportamiento referente al contexto	,075	296*	0,116	,226	,193	,117	333*	362**	,134	0,133
Esperanza	,207	,111	,056	275*	365**	308*	,175	292*	,228	,339**
Baja autoestima	,143	,065	,129	,244	291*	292*	438**	,215	,066	0,005
Alta autoestima	,052	0,137	,031	305*	320*	278*	272*	299*	,068	0,184
Proactividad	,251	,128	,239	356**	495**	613**	439**	457**	375**	,359**
Reconocimiento de sentimientos y emociones propios	,056	0,073	0,102	,118	0,024	0,011	,117	,159	,094	0,019
Grado de positivismo	,065	,067	,035	,217	,170	,203	,204	364**	,092	0,194
Percepción e influencia de estado de ánimo	,236	,248	,088	379**	571**	521**	602**	480**	,167	,275*
Atención a sentimientos y emociones	334**	382**	281*	338**	519**	399**	512**	308*	,239	,299*
Actitud ante oportunidades y adversidad	,195	,219	,218	,154	422**	300*	335**	279*	,198	0,238
Detección y aprovechamiento de oportunidades	335**	,235	,057	,183	334**	,254	346**	269*	,018	0,093
Excelencia profesional	364**	,105	,253	,006	,099	,087	,009	0,018	0,016	0,027

Capacidad de planificar y tomar decisiones	,249	,148	280*	,059	,220	,163	,209	,009	,177	0,220
Detección de estado de ánimo de los demás	,139	,048	,032	,125	,078	,197	,066	,144	0,119	0,078
Empatía	,233	,041	,126	,201	,169	,201	,104	,211	,134	0,223
<b>Género Masculino</b>										
Competencias de emprendimiento										
Pertenecer a un grupo y ser participe en ayudar a los demás	,230	300*	352*	420**	446**	,137	,188	,018	,002	0,230
Lealtad y honestidad	,286	306*	342*	,008	,014	0,020	,265	,027	401**	,314*
Ser admirado	,019	,133	,194	0,037	,129	,012	,218	0,185	,110	0,093
Autenticidad	0,057	0,028	0,221	0,100	0,080	0,039	0,193	,109	,295*	-0,110
Comportamiento referente al contexto	,085	,235	,232	,185	315*	,037	354*	,147	,053	-0,007
Esperanza	424**	342*	506**	405**	413**	,259	297*	,181	,197	,318*
Baja autoestima	360*	,229	392**	,267	,252	,134	351*	308*	365*	0,260
Alta autoestima	505**	447**	563**	396**	422**	,144	309*	,229	,198	0,271
Proactividad	530**	490**	634**	481**	425**	,219	354*	344*	,198	0,271
Reconocimiento de sentimientos y emociones propios	538**	503**	404**	374*	,246	,104	,180	306*	,141	0,108
Grado de positivismo	450**	622**	354*	542**	372*	,162	408**	,259	,190	0,135
Percepción e influencia de estado de ánimo	305*	472**	439**	476**	505**	374*	351*	,069	,213	,412**
Atención a sentimientos y emociones	,246	333*	298*	344*	338*	,267	405**	,180	365*	,357*
Actitud ante oportunidades y adversidad	354*	433**	375*	498**	471**	332*	436**	294*	,274	,453**
Detección y aprovechamiento de oportunidades	373*	446**	394**	542**	487**	330*	629**	454**	299*	,323*
Excelencia profesional	,208	,236	,177	356*	,290	339*	,208	,135	,194	0,242
Capacidad de planificar y tomar decisiones	362*	408**	354*	510**	393**	448**	351*	310*	,255	,369*
Detección de estado de ánimo de los demás	,199	,261	0,072	,268	,282	,128	,116	,292	0,020	0,135
Empatía	,230	300*	352*	420**	446**	,137	,188	,018	,002	0,230

Las estudiantes de género femenino de AIESEC tuvieron menos aspectos relacionados con las competencias para el emprendimiento en comparación con las estudiantes de

administración. En este caso hubo aspectos que no correlacionaron de manera significativa con ninguno de los elementos asociados a condiciones de emprendimiento como el caso de la inteligencia emocional, el hecho de pertenecer a un grupo y el ser admirado.

El comportamiento que tuvieron los estudiantes de género masculino de AIESEC, con relación a los elementos que no correlacionaron de forma estadísticamente significativa, en cambio, fue similar al de los estudiantes de administración de género masculino. Igualmente aparece la capacidad de detectar estados de ánimo como uno de los elementos que no correlacionó de forma estadísticamente significativa. Adicional, se encuentra el hecho de ser admirado como otro de los elementos que no tuvo este tipo de correlaciones. Adicional, podemos identificar que la honestidad, y el comportamiento referente al contexto fueron dos elementos que correlacionaron de forma estadísticamente significativa solamente con uno de los elementos de las condiciones de emprendimiento.

### Discusión

Los resultados presentan elementos claves que permiten comprender las diferencias que se encontraron teniendo en cuenta el género y el contexto de los estudiantes. A continuación, se discuten los principales hallazgos encontrados.

#### **El contexto es importante en el análisis del emprendimiento**

Efectivamente, autores como Rich et al., (2019) argumentan que el contexto influye en el emprendimiento, una vez que países en desarrollo van a poseer más emprendedores debido al problema del desempleo que afrontan. Asimismo, Ramos et al. (2020) indican que los contextos, influenciados por la educación, pueden orientar el comportamiento de los emprendedores hacia la búsqueda de iniciativas personales, o hacia el desarrollo económico del negocio. Por su parte, Gamal et al. (2011) indica que el contexto determina las capacidades de innovación y las expectativas que las personas tienen con relación a emprender (Bakir & Jarvis, 2017; Gaddefors & Anderson, 2017; Gamal et al., 2011; Jones et al., 2019; Meoli et al., 2020; Nakara et al., 2019). En este sentido, nuestros resultados evidencian que el contexto define la forma en que se ve y desarrolla el emprendimiento en las personas.

#### **Existen diferencias de género con relación a las capacidades e intereses para emprender**

Autores como Rich et al. (2019), indican que los emprendedores pueden clasificarse en varios tipos, entre ellos existe una clasificación teniendo en cuenta al género de la persona. Esto se ha visualizado en las formas de abordar temas como la innovación y el emprendimiento, una vez que las mujeres han presentado comportamientos diferenciadores en comparación a los hombres (Bjornali & Anne Støren, 2012). Sarfaraz et al. (2014) identificó que el emprendimiento en el género femenino es independiente de si existen o no sistemas que garanticen la igualdad de género, por lo que el deseo de emprender es independiente de si la mujer se siente o no discriminada en su contexto, a pesar de que existen propuestas relacionadas con la generación de políticas de disminución de la brecha de desigualdad con relación al emprendimiento, relacionadas con el acceso a financiamiento y capital, la relación trabajo familia y los prejuicios y estereotipos que viven las mujeres en el contexto laboral, entre otros (Dauvellier et al., 2016).

Teniendo en cuentas las características y las intenciones de emprender, Sullivan & Meek (2012) determinó que existen factores individuales, como la persistencia, que es más frecuente en mujer en comparación a sus colegas masculinos. Asimismo, Mayorga et al. (2020) determinaron que el género femenino, al momento de emprender, tienen motivaciones diferentes en comparación a los hombres, estando más orientadas a temas como la familia y siendo más realistas durante todo el proceso. Por su parte, los hombres están más motivados

por temas económicos, sobre todo dados por la condición de género del hombre como el proveedor (Mayorga et al., 2020). En el caso de la motivación, estudios como el de Ward et al. (2019) determinaron que las mujeres, en cambio, están más motivadas que los hombres al momento de emprender, mientras que los hombres se guían más por temas subjetivos relacionados con la intención de hacer su emprendimiento.

### **Existen diferencias de género con relación a las capacidades e intereses para emprender**

Autores como Rich et al. (2019), indican que los emprendedores pueden clasificarse en varios tipos, entre ellos existe una clasificación teniendo en cuenta al género de la persona. Esto se ha visualizado en las formas de abordar temas como la innovación y el emprendimiento, una vez que las mujeres han presentado comportamientos diferenciadores en comparación a los hombres (Bjornali & Anne Støren, 2012). Sarfaraz et al. (2014) identificó que el emprendimiento en el género femenino es independiente de si existen o no sistemas que garanticen la igualdad de género, por lo que el deseo de emprender es independiente de si la mujer se siente o no discriminada en su contexto, a pesar de que existen propuestas relacionadas con la generación de políticas de disminución de la brecha de desigualdad con relación al emprendimiento, relacionadas con el acceso a financiamiento y capital, la relación trabajo familia y los prejuicios y estereotipos que viven las mujeres en el contexto laboral, entre otros (Dauvellier et al., 2016).

Teniendo en cuentas las características y las intenciones de emprender, Sullivan & Meek (2012) determinó que existen factores individuales, como la persistencia, que es más frecuente en mujer en comparación a sus colegas masculinos. Asimismo, Mayorga et al. (2020) determinaron que el género femenino, al momento de emprender, tienen motivaciones diferentes en comparación a los hombres, estando más orientadas a temas como la familia y siendo más realistas durante todo el proceso. Por su parte, los hombres están más motivados por temas económicos, sobre todo dados por la condición de género del hombre como el proveedor (Mayorga et al., 2020). En el caso de la motivación, estudios como el de Ward et al. (2019) determinaron que las mujeres, en cambio, están más motivadas que los hombres al momento de emprender, mientras que los hombres se guían más por temas subjetivos relacionados con la intención de hacer su emprendimiento.

### **Hay componentes de competencias que tienen más correlaciones que otros con relación a las condiciones para emprender, y esto es diferente de acuerdo con el género**

Por último, uno de los hallazgos encontrados está relacionados con la existencia de diferencias con relación a las competencias que se relacionan con las condiciones para emprender, las que varían de acuerdo al género y al contexto. Estos resultados se contraponen a las premisas indicadas en el estudio de Marin-Garcia et al. (2011), que justifica el hecho de que hay competencias que son universales y que, por tanto, no se diferencian atendiendo a los contextos. Sanz-Valle et al. (2011), en relación con el contexto, menciona que el emprendimiento y la innovación son característicos de un tipo de cultura adhocrática, manteniendo la lógica de que contextos semejantes van a tener comportamientos y competencias semejantes a desarrollar. Esta percepción de competencias comunes, han permitido la elaboración de modelos de competencias orientados al emprendimiento y la innovación (Ward et al., 2019). Sin embargo, nuestros resultados muestran que, si bien hay competencias que van a ser comunes en su relación con las condiciones para el emprendimiento, van a haber diferencias dadas por el género que hacen que existan unas competencias que no mantengan el comportamiento esperado, por no tener correlaciones o tener correlaciones bajas. Tal es el caso de la búsqueda de la admiración o temas como la detección de emociones en las personas.

## Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos, podemos concluir que, efectivamente hay diferencias teniendo en cuenta al género de los estudiantes, siendo los estudiantes de administración los que mayor cantidad de diferencias de género poseen en cuanto a la valoración obtenida en las variables medidas. Las mayores diferencias fueron relacionadas a la autoestima, la lealtad, la honestidad, la proactividad, la empatía y el aprovechamiento de oportunidades; elementos que fueron estadísticamente superiores en el caso de los hombres. Otras diferencias identificadas estuvieron en la relación existente entre las competencias y las condiciones para emprender. En este caso, las estudiantes de AIESEC tuvieron menos correlaciones significativas en comparación a las estudiantes de administración. Por otro lado, las estudiantes, en sentido general, tuvieron mayor número de correlaciones estadísticamente significativas en comparación a los estudiantes de género masculino.

Otro hallazgo importante fue relacionado al contexto, pues en función del espacio de relación entre los estudiantes, encontramos diferencias estadísticamente significativas. Los estudiantes de administración puntuaron más alto en aspectos como la esperanza y la autoestima, mientras que los estudiantes de AIESEC tuvieron mejores valores en temas como la empatía, la actitud al emprendimiento y la proactividad. Sin embargo, en ambas instituciones los valores de medias obtenidos fueron bajos, lo que indica oportunidades de mejora y de desarrollo de competencias, así como de creación de mejores condiciones para emprender. Esto puede ser representativo del contexto ecuatoriano y del déficit de espacios existentes relacionados con ambientes de innovación y emprendimiento.

## Limitaciones

Entre las limitaciones del estudio se encuentra que los datos fueron obtenidos en dos grupos, lo que limita poder extender los resultados a un contexto más amplio. Por tanto, sería de utilidad el poder extender el estudio a otros contextos que permitan verificar el comportamiento específico que están teniendo las variables competencias y condiciones de emprendimiento. Al mismo tiempo, hay una limitación relacionada a la presencia del género, definida por el contexto. Se podría realizar una investigación más amplia, a nivel regional, para poder extender las conclusiones a temas de género que permitan generar políticas de apoyo, así como estrategias de fortalecimiento de los espacios y ambientes de innovación.

## Pistas para futuras investigaciones

El emprendimiento es clave para el desarrollo de los países y, a pesar de que se ha estudiado de acuerdo a la viabilidad económica y necesidad del mismo, es recientemente que se ha incorporado la noción de relación entre competencias y condiciones para emprender, considerado como la tercera ola del emprendimiento (Welter et al., 2019). En este sentido, hay mucho trabajo por hacer para comprender estas relaciones y aspectos como el contexto, los que se han verificado importantes para poder entender el emprendimiento como un proceso multifactorial, como ha sido la propuesta de autores como Vallaster et al. (2019), lo que también constituye uno de los principales hallazgos de esta investigación.

## Referencias

- Astudillo, S., Mora, P., & Pozo, S. (2019). Evaluación de la cátedra de emprendimiento desde su intención emprendedora en una universidad pública en Cuenca. *Brazilian Journal of Development*.
- Bird, B., & Jelinek, M. (1988). The Operation of Entrepreneurial Intentions. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.

- Bakir, C., & Jarvis, D. S. L. (2017). Contextualising the context in policy entrepreneurship and institutional change. *Policy and Society*, 36(4), 465–478. <https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1393589>
- Bjornali, E. S., & Anne Støren, L. (2012). Examining competence factors that encourage innovative behaviour by European higher education graduate professionals. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 402–423. <https://doi.org/10.1108/14626001211250135>
- Dauvellier, M., Dennehy, J., Duda, A., Ferguson, L., Ferrari, E., Forest, M., Frangoudes, K., Frey, R., Irving, P., Lodovici, M. S., Loi, D., Mcdevitt-pugh, L., Mantouvalou, K., Mergaert, L., Green, S. O. B., Orlando, N., Osch, T. Van, Pesce, F., Pimminger, I., ... Zambelli, M. S. (2016). Gender in entrepreneurship. *European Institute for Gender Equality*, 22.
- Echeverri, L. V. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario. *Educare*, 1-19.
- Faghih, N. B. (2019). Global Entrepreneurship Capacity and Entrepreneurial Attitude Indexing Based on the Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Dataset*, 13-55.
- Ferreto, E. L. (2018). Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *TEC Empresarial*, 43-49.
- Gaddefors, J., & Anderson, A. R. (2017). Entrepreneursheep and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(2), 267–278. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2016-0040>
- Gallurt Plá, P. (2010). *Creación de «spin-offs» en las universidades españolas: un modelo de intenciones*. Departamento de Dirección de Empresas
- Gamal, D., Salah, T., & Elrayyes, N. (2011). How to measure organization Innovativeness? *Technology Innovation and Entrepreneurship Center*, 1–35. <http://tiect.com.eg/backend/Reports/MeasuringOrganizationInnovativeness.pdf>
- Henríquez, M. M. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 61-77.
- Iglesias, P., Jambrino, C., Peñafiel, A., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education + Training*, 209-228.
- Ilie, C., & Cardoza, G. (2018). Emprendimiento y género en América Latina. *INCAE Business School*.
- Jones, P., Ratten, V., Klapper, R., & Fayolle, A. (2019). Entrepreneurial identity and context: Current trends and an agenda for future research. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(1), 3–7. <https://doi.org/10.1177/1465750319825745>
- Krauss, C. B. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of technology management & innovation*, 84-93.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Examining the Future Trajectory of Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 11–23. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12364>
- Lasio, V. O., Caicedo, G., Samaniego, A., Izquierdo, E., Zambrano, J., & Tenesaca, T. (2017). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. *Global Entrepreneurship Monitor*, 1-80
- Lounsbury, M., Cornelissen, J., Granqvist, N., & Grodal, S. (2019). Culture, innovation and entrepreneurship. *Innovation: Management, Policy and Practice*, 21(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/14479338.2018.1537716>
- Majmud, P. (2013). *La capacidad emprendedora*. Obtenido de Red de Emprendimiento: <http://www.redemprendimiento.inacap.cl/columna>

- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12(3), 1–21. <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>
- Marin-Garcia, J. A., Aznar-Mas, L. E., & Gonzalez-Ladrón-de-Guevara, F. (2011). Innovation Types and Talent Management for Innovation. *WPOM-Working Papers on Operations Management*, 2(2), 25–31. <http://polipapers.upv.es/index.php/WPOM/article/view/926>
- Mayorga, J. A., Morales, D. C., & Carvajal, R. P. (2020). Entrepreneurship and gender: a comparative perspective of Latin America and Ecuador. *Emprendimiento y Género: Una Perspectiva Comparada de Latinoamérica y Ecuador.*, 41(3), 144–150. <http://electra.lmu.edu:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=141766012&site=eds-live&scope=site>
- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105982>
- Nakara, W. A., Messeghem, K., & Ramarosan, A. (2019). Innovation and entrepreneurship in a context of poverty: a multilevel approach. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00281-3>
- Paturel, R. (1997). *Pratique du management stratégique. Les processus de la création d'entreprise*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Pinokvetskaia, I., & Ginzburg, M. (2018). Women's Entrepreneurship in modern Russia. *Revista Espacios*, 1-6.
- Powell, B. (2013). Dilemmas in entrepreneurship pedagogy. *Journal of Entrepreneurship*, 99-112.
- Ramos, V., Ruiz, A., & Franco-crespo, A. (2020). The Relationship between Interest and Capacity for Entrepreneurship in University Students. *Test Engineering & Management, May-June*, 25803–25815.
- Rich, C. R., Vernooij, M., Wadhwa, S. S., Rich, C. R., Vernooij, M., & Wadhwa, S. S. (2019). Introduction to entrepreneurship. *Health Entrepreneurship, April*, 1–4. <https://doi.org/10.4324/9781315122137-1>
- Roegiers, X. (2000). Saberes, capacidades y competencias en la escuela: una búsqueda. *Innovación educativa*, 103-119.
- Sanz-Valle, R., Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Perez-Caballero, L. (2011). Linking organizational learning with technical innovation and organizational culture. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 997–1015. <https://doi.org/10.1108/13673271111179334>
- Sarfaraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2(6), 2–11. <https://doi.org/10.1016/j.cap.2005.04.024>
- Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2019). How Context Shapes Entrepreneurial Self-Efficacy as a Driver of Entrepreneurial Intentions: A Multilevel Approach. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(5), 880–920. <https://doi.org/10.1177/1042258717753142>
- Sullivan, D. M., & Meek, W. R. (2012). Gender and entrepreneurship: A review and process model. In *Journal of Managerial Psychology* (Vol. 27, Issue 5). <https://doi.org/10.1108/02683941211235373>
- Vallaster, C., Kraus, S., Merigó Lindahl, J. M., & Nielsen, A. (2019). Ethics and entrepreneurship: A bibliometric study and literature review. *Journal of Business Research*, 99(February), 226–237. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.050>
- Villalobos, G. V. (2018). Lean start-up as strategy for the development and management of dynamic entrepreneurs. *Dimensión Empresarial*, 193-208.

- Vuorio, A. M., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(2), 359–381. <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2016-0097>
- Ward, A., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial Potential and Gender Effects: The Role of Personality Traits in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*, 10(December), 1–18. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02700>
- Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2017). Everyday Entrepreneurship—A Call for Entrepreneurship Research to Embrace Entrepreneurial Diversity. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(3), 311–321. <https://doi.org/10.1111/etap.12258>
- Welter, F., Baker, T., & Wirsching, K. (2019). Three waves and counting: the rising tide of contextualization in entrepreneurship research. *Small Business Economics*, 52(2), 319–330. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0094-5>
- Yépez-Mora, M., Frías-Campos, E., & Asunción-Parrales, R. (2019). Innovación y emprendimiento como nuevo reto del siglo XXI en la sociedad.