

# **GÉNERO E INTENCIÓN DE EMPREDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA<sup>1174</sup>**

Página | 2877

## **GENDER AND ENTREPRENEURSHIP INTENT IN HIGHER TECHNOLOGY EDUCATION STUDENTS**

Yessica García Hernández<sup>1175</sup>

Jesús Alberto García Rojas<sup>1176</sup>

María de Lourdes Amador Martínez<sup>1177</sup>

Ana Isabel Ramírez Martínez<sup>1178</sup>

Aline Aurora De Lucio Islas<sup>1179</sup>

Pares evaluadores: Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad–REDIEES.<sup>1180</sup>

---

<sup>1174</sup> Derivado del proyecto de investigación: Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica, Tecnológico Nacional de México y Gobierno del Estado de Hidalgo.

<sup>1175</sup> Doctorante en Ciencias Económico-Administrativas, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Apan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: ygarcia@itesa.edu.mx.

<sup>1176</sup> Doctor en Investigación Educativa, Universidad de Puebla, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Occidente del Estado de Hidalgo, Mixquiahuala, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: jgarcia@itsoeh.edu.mx.

<sup>1177</sup> Doctorante en Ciencias de la Gestión Administrativa, Universidad Politécnica de Tulancingo, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Apan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: lamador@itesa.edu.mx

<sup>1178</sup> Maestra en Ciencias de la Administración, Colegio de Estudios de Posgrado de la Ciudad de México, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior de Huichapan, Huichapan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: airamireza@iteshu.edu.mx

<sup>1179</sup> Maestra en Administración de Negocios, Universidad Interamericana para el Desarrollo, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Apan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: adelucio@itesa.edu.mx

<sup>1180</sup> Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. [www.rediees.org](http://www.rediees.org)

## 151. GÉNERO E INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA<sup>1181</sup>

Yessica García Hernández<sup>1182</sup>, Jesús Alberto García Rojas<sup>1183</sup>, María de Lourdes Amador Martínez<sup>1184</sup>, Ana Isabel Ramírez Sabino<sup>1185</sup>, Aline Aurora De Lucio Islas<sup>1186</sup>

### RESUMEN

En los últimos años el emprendimiento se ha convertido en un tema fundamental en los espacios de la academia, la investigación y en las políticas públicas, debido al impacto que tiene en la economía, asimismo, se ha buscado disminuir la brecha de género e impulsarlo de forma equitativa para hombres y mujeres. El presente trabajo tiene por objetivo: analizar la intención de emprendimiento de los estudiantes de educación superior tecnológica, mediante la Teoría del Comportamiento Planificado, con la finalidad de identificar igualdad en la intención de emprendimiento respecto al género. Se aplicó el cuestionario GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey*) a 1,003 estudiantes. El estudio es empírico, de enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y explicativo. Se aplicó el método estadístico mediante la prueba de t-student, que permite aceptar la hipótesis de que no existe diferencia significativa en la intención de emprendimiento entre hombres y mujeres. En cuanto a las dimensiones, los resultados se presentan en el siguiente orden: iniciativa emprendedora, actitud personal hacia el emprendimiento, normas subjetivas y control de

---

<sup>1181</sup> Derivado del proyecto de investigación: Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica, Tecnológico Nacional de México y Gobierno del Estado de Hidalgo.

<sup>1182</sup> Doctorante en Ciencias Económico-Administrativas, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Apan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: ygarcia@itesa.edu.mx.

<sup>1183</sup> Doctor en Investigación Educativa, Universidad de Puebla, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Occidente del Estado de Hidalgo, Mixquiahuala, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: jgarcia@itsoeh.edu.mx.

<sup>1184</sup> Doctorante en Ciencias de la Gestión Administrativa, Universidad Politécnica de Tulancingo, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Apan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: lamador@itesa.edu.mx

<sup>1185</sup> Maestra en Ciencias de la Administración, Colegio de Estudios de Posgrado de la Ciudad de México, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior de Huichapan, Huichapan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: airamireza@iteshu.edu.mx

<sup>1186</sup> Maestra en Administración de Negocios, Universidad Interamericana para el Desarrollo, Docente Investigador, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Apan, Hgo., División de Gestión Empresarial, México, correo electrónico: adelucio@itesa.edu.mx

comportamiento percibido, las cuales son superiores en el género masculino respecto al femenino, aunque dicha diferencia no resulta significativa. Referente a la elección de carrera, mujeres y hombres deciden la elección de carrera al inicio, termino y cinco años después con la intención de ser fundadores de su propia empresa, dicho porcentaje es mayor en el género masculino.

## **ABSTRACT**

In recent years, entrepreneurship has become a fundamental issue in the areas of academia, research, and public policies, due to the impact it has on the economy, likewise, it has sought to reduce the gender gap and promote it from equitable way for men and women. The present work aims to: analyze the entrepreneurial intention of students of higher technological education, through the Theory of Planned Behavior, to identify equality in the intention of entrepreneurship with respect to gender. The GUESSS questionnaire (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey) was applied to 1,003 students. The study is empirical, with a quantitative approach, with a descriptive and explanatory scope. The statistical method was applied using the t-student test, which allows accepting the hypothesis that there is no significant difference in the intention of entrepreneurship between men and women. Regarding the dimensions, the results are presented in the following order: entrepreneurial initiative, personal attitude towards entrepreneurship, subjective norms, and control of perceived behavior, which are higher in the male gender than in the female gender, although this difference is not significant. Regarding the choice of career, women and men decide the choice of career at the beginning, end and five years later with the intention of being founders of their own company, this percentage is higher in the male gender.

**PALABRAS CLAVE:** género, intención de emprendimiento, educación superior tecnológica, teoría del comportamiento planificado

**Keywords:** gender, entrepreneurship intention, technological higher education, theory of planned behavior.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, en América Latina y en México se ha identificado un aumento importante de la participación femenina en el desarrollo de negocios, lo cual puede ser favorecido por factores como el acceso a la educación, la mayor participación en el mercado laboral, el entorno económico y los cambios en la estructura familiar, sin embargo, este no presenta las mismas cifras en hombres y mujeres (Guzmán y Rodríguez, 2008).

De igual forma, se establece que en México hay menos mujeres emprendedoras y quienes deciden emprender, se enfrentan a grandes retos para crear, mantener y consolidar su empresa (OECD, 2019).

Con base a lo anterior, Borrayo, Valdez y Delgado (2019) establecen que los nuevos desafíos, exigen que los jóvenes universitarios consideren la oportunidad de aportar a la sociedad todos sus talentos, aptitudes, habilidades, inteligencia y voluntad que les permitan desarrollarse como futuros emprendedores.

De manera general, se define que la principal problemática identificada es que el área de emprendimiento a nivel nacional, esta es dominada por los hombres, sin embargo, cada día se observa mayor participación de las mujeres, por lo cual resulta fundamental, establecer como objeto de estudio a los hombres y las mujeres, considerando que ambos géneros poseen los mismos recursos para emprender e identificar los niveles de éxito, por lo tanto, debería generarse una participación equitativa (Runyan, Huddleston y Swinney, 2006).

A nivel institucional, no se cuenta con un diagnóstico de emprendimiento con enfoque de género que pueda proporcionar información sobre las diferencias o similitudes de la intención de emprendimiento entre hombres y mujeres, considerando que en las tres instituciones participantes que forman parte del Tecnológico Nacional de México (TecNM), se implementó la estrategia de fortalecimiento a la iniciativa emprendedora mediante el Modelo Talento Emprendedor, que tiene por objetivo fortalecer las competencias genéricas de los estudiantes para fomentar la creación y desarrollo de negocios en hombres y mujeres de la comunidad educativa, dado que es un aspecto considerado en el perfil de egreso de los futuros profesionistas, asimismo, la escasez de información confiable y válida en este tema, representa un obstáculo para entender el concepto y establecer estrategias para fomentar el mismo en los estudiantes.

La justificación para realizar la presente investigación es que las Instituciones de Educación Superior (IES) que ofertan educación superior tecnológica, anteriormente se centraban en la técnica, sin embargo, dada la complejidad del entorno, hoy juegan una función importante en favor del emprendimiento, debido a la función social que tienen de formar a los hombres y mujeres que en un futuro serán los actores que promoverán el desarrollo empresarial y de negocios (ANUIES, 2019).

También resulta fundamental el estudio del tema para definir estrategias que permitan mejorar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en México, Hidalgo y el Sistema del Tecnológico Nacional de México, así como en las instituciones objeto de estudio.

Adicionalmente, como parte del impacto social, el emprendimiento puede impulsar la economía mexicana y ayudar a responder a las necesidades sociales, aunado a que recientemente, se ha observado un crecimiento en el interés de los estudiantes para emprender, sin embargo, de manera general, todavía no existe una cultura sólida del emprendimiento ni mecanismos de apoyo en la educación superior (OECD, 2019).

La principal motivación para desarrollar el proyecto es la colaboración y vinculación de los Cuerpos Académicos de los programas educativos de Ingeniería en Gestión Empresarial de las tres instituciones mexicanas razón de estudio, debido a que a partir del diagnóstico se pretende generar información que puede fortalecer información sobre las diferencias o similitudes en la intención emprendedora de hombres y mujeres estudiantes de educación superior tecnológica.

Es así, como se determina que es fundamental considerar las IES como objeto de estudio, debido a que se integran por hombres y mujeres que se encuentran en proceso de formación profesional también, diversos estudios académicos y de organismos internacionales han establecido que la Educación Superior es el eje sobre el cual se sustenta el capital humano que integrará el sistema económico (OECD, 2019).

Por otra parte, existe una relación entre la paridad de género y el Producto Interno Bruto (PIB) de un país, el cual incrementa el desarrollo económico, la competitividad y potencializa el capital humano de ambos géneros (Foro Económico Mundial, 2016).

Por lo anterior, el presente trabajo tiene por objetivo: analizar la intención de emprendimiento de los estudiantes de educación superior tecnológica, mediante la Teoría del Comportamiento Planificado, con la finalidad de identificar igualdad en la intención de emprendimiento respecto al género. El trabajo se estructura de esta introducción, seguida de la revisión de literatura, los materiales y métodos, los resultados, la discusión y conclusiones.

**Revisión de la literatura.** Las teorías acerca del emprendimiento tienen distintas perspectivas, el presente trabajo se aborda desde la Teoría del Comportamiento Planificado, definida como el modelo más utilizado para el estudio del emprendimiento, por el enfoque en los factores de evaluación como: autoeficacia, actitud, motivación y normas subjetivas (Valencia, Montoya y Montoya, 2014; Fayolle y Liñan, 2014).

El principal supuesto de esta teoría se enfoca en la intención de actuar y el comportamiento real, lo cual sugiere que para la creación de un nuevo negocio o empresa se requiere una planificación, por lo cual, se define el tipo de comportamiento planeado ideal para estudiar a través de un modelo de intención (Ajzen, 1991).

Esta teoría se integra por cuatro dimensiones: actitud personal hacia el emprendimiento, control del comportamiento percibido, intención emprendedora y normas subjetivas, las cuales, definen la intención de emprendimiento de los estudiantes (Ajzen, 2002).

Es así, como mediante la se puede dar soporte al proyecto de investigación internacional *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS)*, que es un trabajo liderado por el Instituto de Investigación Suizo para la Pequeña Empresa y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG), cuyo objetivo es comprender la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios, a partir de registrar la intención y la actividad emprendedora de los estudiantes de diferentes universidades y países, también permite la comparación de las características individuales que influyen en la intención y en la actividad emprendedora de los estudiantes (Fayolle y Liñán, 2014; Medina, Bolívar y Lemes, 2014), por lo cual se retoma este enfoque para el presente estudio.

Por lo tanto, a partir de identificar la planificación del comportamiento para emprender o realizar un emprendimiento, resulta fundamental definir que es un emprendedor, al respecto Castillo (1999) menciona que es el individuo que compra los medios de

producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener un nuevo producto.

Para Orrego (2008) la palabra emprendedor deriva del vocablo latino *prendere* que significa “acometer” e “intentar”, la cual se refiere a los pioneros que decidían correr riesgos o lanzarse a una aventura.

Por su parte, Gutiérrez y Amador (2011) establecen que el emprendedor universitario, es aquella persona con estudios superiores que tiene el conocimiento suficiente y está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños, de una manera innovadora, asertiva y proactiva, llevándolo a producir impactos en la rama productiva elegida.

En cuanto al emprendimiento Acosta, Zárate e Ibarra (2014) establecen que se caracteriza por asumir riesgos para aprovechar oportunidades, esperando con ello generar utilidades, incorporando aspectos sociales y personales de los individuos que requieren ciertas actitudes ante el contexto en el cual se desenvuelven.

También se concibe el emprendimiento como la combinación entre actitudes y capacidades para desarrollar nuevos proyectos de manera creativa, los cuales no precisamente se relacionan con un objetivo de lucro o beneficio económico (Sanabria-Rangel, Morales-Rubiano y Ortíz-Riaga, 2015).

Al respecto, Suárez, Suárez y Zambrano (2017) señalan que la actual globalización genera desafíos que demandan que los jóvenes contribuyan mediante el emprendimiento al desarrollo socioeconómico de una región.

Timmons (1994) señala que el emprendimiento tiene como actividad central, más no limitativa, la creación y el desarrollo de empresas, por lo que puede entenderse como el proceso de creación o aprovechamiento de una oportunidad, a pesar de los recursos actualmente controlados.

Para Gartner y Carter (2003) expresan que el comportamiento emprendedor desarrolla las acciones de los individuos que se asocian, a través de la creación de nuevas organizaciones, en las que se desarrollan actividades para el mantenimiento o el cambio de las organizaciones establecidas.

Otro concepto de emprendimiento se refiere a la actividad generadora de valor a partir del accionar económico e iniciativa de un ente determinado para el beneficio propio y/o colectivo (OCDE, 2019).

También se establece que la actividad emprendedora resulta de la combinación de percibir una oportunidad de negocio, la capacidad que implica la motivación y habilidad para actuar, así como las condiciones del entorno (Hernández, González y Herrera, 2016).

De igual forma, Borrayo, Valdez y Delgado (2019) mencionan que el emprendimiento genera cierta incertidumbre, debido a que no existe garantía total de los resultados, se pueden realizar estimaciones o proyecciones, pero no se tiene la certeza del resultado futuro, lo cual implica un riesgo, que requiere de habilidades como la toma de decisiones, la administración del tiempo, la solución de problemas e implica detectar ciertas oportunidades y lograr ventajas competitivas.

Del mismo modo, es necesario establecer que el estudio del emprendimiento y la empresarialidad universitaria es un tema reciente en la literatura, así como algunas de las investigaciones realizadas para comprender la propensión a emprender en los universitarios (Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005).

Finalmente, es importante considerar que el emprendimiento en jóvenes universitarios, no es una tarea sencilla, sin embargo, evaluar la intención de emprendimiento puede generar información para predecir el comportamiento y establecer estrategias que fortalezcan dicha actividad, al respecto Fuentes y Sánchez (2010) mencionan que incentivar la actividad emprendedora en los jóvenes representa un reto, debido a los atributos que debe tener el emprendedor como la originalidad, la aversión al riesgo, la aceptación de responsabilidades, la perseverancia, la autoconfianza, el deseo por aprender y la planificación de metas a largo plazo.

**Género y emprendimiento.** El emprendimiento es un tema que ha tomado relevancia al paso del tiempo, no únicamente en los negocios o el ámbito laboral, sino también en la educación al ser parte de la formación de los estudiantes, quienes se insertarán en el mercado laboral (Amador, García y Fragoso, 2019).



Para entender la variable independiente del presente estudio denominada género, es importante precisar que para Espino (2005) se define como la construcción social de lo femenino y lo masculino a partir de las diferencias biológicas entre los sexos y alude, de manera más amplia, a la existencia de un sistema de relaciones de género.

Al respecto, DeTienne y Chandeler (2007) señalan que el género es un factor de impacto tanto en la decisión de emprender o en la intención de hacerlo, como en el proceso de identificación de las oportunidades para poner en marcha una actividad empresarial.

En cuanto a género y emprendimiento, Verheul, Van Stel y Thurik (2004) señalan que la importancia del estudio, se establece a partir de la incorporación de las mujeres empresarias al desarrollo económico de una región, considerando así la aportación a la generación de empleos, el crecimiento económico, así como el fortalecimiento del proceso empresarial como consecuencia de sus diferencias respecto a los empresarios del género masculino, lo cual principalmente se observa en la forma de actuar y comportarse.

Por su parte, Castiblanco (2013) señala que los estudios de emprendimiento se orientan a las características sociodemográficas de las mujeres, así como las diferencias entre emprendimientos de hombres y mujeres, tal como se establece en el presente estudio.

Al respecto, Ahl y Marlow (2012) proponen que es fundamental retomar las teorías orientadas al emprendimiento, a partir de la premisa de que todas las personas son capaces de poder ingresar a las actividades de emprendimiento, siempre y cuando estén motivados para ello, por lo tanto, es prioritario realizar diversos estudios con variables que puedan fortalecer la literatura, con el fin de identificar si realmente el género puede influir de manera significativa en la intención de emprender de los estudiantes universitarios independientemente de la formación profesional.

Otra perspectiva establece que no es necesario separar a hombres y mujeres, debido a que ambos tienen las mismas características, sin embargo, las diferencias pueden enfocarse a los antecedentes, experiencia, educación, necesidades y motivos por los que desean emprender (Hurley, 1999; Elizundia, 2015).

Finalmente, Guerrero (2016) señala que, para potencializar la actividad emprendedora por parte de las Instituciones de Educación Superior, se requiere de

planificación previa y conocimiento en diferentes fases, por lo cual un correcto diagnóstico es fundamental para establecer acciones concretas.

**Antecedentes.** La educación superior juega un papel fundamental como proveedora de la cultura emprendedora en sus estudiantes, en años recientes se han realizado diversas investigaciones sobre emprendimiento y género, uno de los resultados obtenidos por Díaz y Jiménez (2010) establecen que los hombres tienen tendencia a tener mayor experiencia y redes de contacto, así como mayor asesoría especializada, mientras que las mujeres suelen apoyarse más en familiares y amigos.

Sánchez y Fuentes (2013) realizan una investigación empírica sobre emprendimiento en universitarios, en la Universidad de Córdoba (España), a una muestra de 1400 estudiantes, mediante técnicas estadísticas de análisis descriptivo y bivalente (t-student) para contrastar la significatividad de las diferencias de medias entre hombre y mujeres. Los principales resultados indican que no existe una relación entre el género de los estudiantes y el deseo de emprender una empresa.

Un año después, Reyes, Pinillos y Soriano (2014) evalúan la orientación emprendedora desde una perspectiva de diferencia de género, aplican un estudio empírico de enfoque cuantitativo a 89 estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos en España. Los resultados indican la existencia de diferencias significativas en su orientación emprendedora por razón de género en dos de los tres constructos analizados: energía e iniciativa personal, proactividad, así como en creatividad e innovación.

Asimismo, Ruiz, García y Delgado (2014) analizan la influencia del factor de género en la intención de emprender, a partir de los factores de naturaleza psicosocial que pueden contribuir a explicar la disparidad de género respecto a los intereses y comportamientos asociados al emprendimiento. Para dicho estudio investigan a 159 estudiantes de la Universidad de La Laguna, mediante el Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE), que evalúa cinco dimensiones de emprendimiento, los resultados indican que, al analizar las correlaciones entre las variables, mediante la herramienta estadística t-test, considerando como variable independiente el género, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en ninguna de las variables.

En el mismo sentido, Maldonado (2019) desarrolla una investigación enfocada hacia el emprendimiento con la finalidad de estudiar los cinco grandes factores de personalidad y género como determinantes de las intenciones emprendedoras. El estudio es de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y explicativo, con una muestra estadística de 200 estudiantes universitarios subgraduados de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico. La principal conclusión es que no existe diferencia significativa entre la iniciativa emprendedora entre hombres y mujeres.

Por su parte, Sánchez y Pérez (2019) estudian la intención emprendedora, a partir del impacto de la educación en los estudiantes de economía en una institución de Sevilla España. Mediante un estudio cuantitativo aplican un cuestionario a 272 estudiantes y los resultados indican que el control del comportamiento percibido ha aumentado significativamente tras la educación emprendedora, los encuestados manifiestan que sus conocimientos para desarrollar y gestionar exitosamente una empresa y en cuanto al género se concluye los resultados entre hombres y mujeres son sustancialmente diferentes, por lo cual, la formación en emprendimiento implicó un aumento significativo de la valoración de las capacidades de las mujeres, pero no de los hombres.

A nivel nacional, en México Gutiérrez y Amador (2011) desarrollan una investigación con el objetivo de comparar el potencial emprendedor de los estudiantes de Contabilidad en un centro universitario de Perú y uno de Guadalajara, México. La principal conclusión es que en ambas instituciones la iniciativa emprendedora es intermedia. Asimismo, las competencias que desarrollan son: la fortaleza ante las dificultades, el aprendizaje, el afán de logro y las menos desarrolladas son la capacidad de asumir riesgos, la capacidad de tomar decisiones, la flexibilidad, la organización de tiempo y confianza en uno mismo.

En Hidalgo, Amador, García y Gutiérrez (2019) realizan un estudio empírico, cuantitativo con la finalidad de evaluar el impacto del género en la iniciativa emprendedora de las estudiantes del área empresarial aplicando el instrumento *GUESSS* a 272 estudiantes. Los resultados indican que el género no influye en la intención emprendedora de los estudiantes por lo que, sin importar el hecho de ser hombre o mujer cuentan con condiciones similares al momento de poder realizar emprendimiento y esto puede deberse dado que la

formación profesional que se otorga es por igual, en vísperas de que los estudiantes se formen y se inserten en el mercado laboral.

Los antecedentes descritos permiten disponer de información que sustenta el presente estudio y otorga la posibilidad de realizar investigación sobre el tema de emprendimiento a partir de diversas variables predictoras, como en este caso desde el enfoque de género.

## MATERIAL Y MÉTODOS

El presente estudio es empírico, con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, explicativo y corte transversal. La unidad de análisis se integra por los estudiantes de educación superior tecnológica inscritos durante el período julio-diciembre 2019 de primero a octavo semestre en la modalidad presencial de tres Institutos Tecnológicos Superiores Descentralizados en Hidalgo que pertenecen al Tecnológico Nacional de México. Se realizó el cálculo de la muestra estadística con la fórmula para muestras finitas, considerando un error de 5% y éxito de 95%, así como un valor de  $z= 1.96$ , obteniendo los resultados que se muestran en la tabla 1.

**Tabla 1**  
*Datos de la población y muestra de estudio.*

<b>Instituto</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>
<b>ITESA</b>	2901	340
<b>ITESHU</b>	2140	327
<b>ITSOEH</b>	2670	336
<b>Total</b>	7711	1003

Fuente. Elaboración propia (SPSS, 22).

El método de recolección de datos considerado fue la encuesta, la cual se aplicó de forma digital mediante formulario de Google.

Como técnica de recolección de datos se aplicó la adaptación del cuestionario GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey*), el cual tiene como propósito generar información sobre la intención de la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios (Medina, Bolívar y Lemes, 2014). Dicho instrumento de evaluación incluye variables sociodemográficas, preguntas de respuestas cerradas para

recabar información sobre la intención de elección de la carrera universitaria con enfoque hacia el pasado y futuro, así como 18 ítems que miden las dimensiones: intención emprendedora, actitud personal hacia el emprendimiento, control del comportamiento percibido y normas subjetivas, a partir de las cuales se calcula la intención de emprendimiento.

La escala de medición usada fue de tipo Likert: (1= muy en desacuerdo; 2=en desacuerdo; 3=neutral; 4=de acuerdo; 5=muy de acuerdo).

Para validar la confiabilidad del instrumento de evaluación se realizó el proceso de validación estadística mediante el alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de 0.915, lo cual indica que es confiable la aplicación.

Después de la aplicación de las encuestas, se descargaron las bases de datos en Excel y posteriormente se exportó al Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS) versión 22 asignando valores a cada variable de estudio e ingresando las fórmulas para la generación de las dimensiones de estudio. Finalmente, se generó la estadística descriptiva y como herramienta para el contraste de hipótesis se aplicó la prueba estadística de t-student, que tiene como finalidad determinar si existe diferencia significativa entre las medias de los dos grupos de estudio, en este caso hombres y mujeres, es decir que existe una distribución normal de las medias.

## RESULTADOS

En este apartado, se presentan los resultados mediante la estadística descriptiva y el análisis de la prueba estadística de t-student.

Los datos obtenidos indican que del total de encuestados el 33.90% son estudiantes de ITESA, el 32.60% de ITESHU y finalmente el 33.50% de ITSOEH.

En cuanto al género, del total de muestra de estudiantes encuestados el 52.4% pertenecen al masculino y 47.6% al femenino.

En cuanto a la intención de elección de carrera al momento de la elección, al término de la formación profesional y cinco años después, hombre y mujeres manifiestan en mayor

porcentaje la decisión de emprender con la finalidad de crear o ser fundadores de su propia empresa.

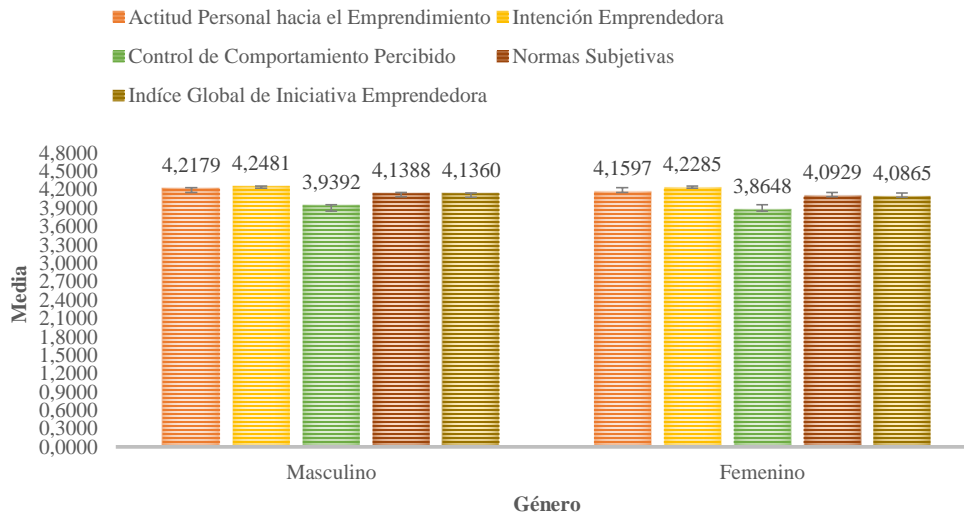
Como parte del análisis descriptivo se realizó el cálculo de la media estadística de las cuatro dimensiones que integran el Índice de Emprendimiento, la puntuación media en las cuatro dimensiones resulta ser superior para el género masculino, la desviación estándar representa que no existe demasiada dispersión entre los datos. Por lo tanto, en hombres y mujeres las puntuaciones medias de las dimensiones se presentan en el siguiente orden: intención emprendedora, actitud personal hacia el emprendimiento, normas subjetivas y control de comportamiento subjetivo.

**Tabla 2**

*Estadística descriptiva de las dimensiones de la Iniciativa Emprendedora.*

Dimensión	Género	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
Actitud Personal hacia el Emprendimiento	Masculino	526	4.2179	0.7511	1.0000	5.0000
	Femenino	477	4.1597	0.8063	1.0000	5.0000
Intención Emprendedora	Masculino	526	4.2481	0.7991	1.0000	5.0000
	Femenino	477	4.2285	0.8466	1.0000	5.0000
Control de Comportamiento Percibido	Masculino	526	3.9392	0.7765	1.0000	5.0000
	Femenino	477	3.8648	0.7992	1.0000	5.0000
Normas Subjetivas	Masculino	526	4.1388	0.8105	1.0000	5.0000
	Femenino	477	4.0929	0.8312	1.0000	5.0000
Índice de Emprendimiento	Masculino	526	4.1360	0.6720	1.0000	5.0000
	Femenino	477	4.0865	0.7248	1.0000	5.0000

Fuente. Elaboración propia (SPSS, 22)



**Figura 2. Dimensiones del Índice de Emprendimiento. Fuente. Elaboración propia (SPSS, 22).**

A continuación, se presenta la hipótesis central del presente trabajo:

*H1: No existe diferencia significativa en la intención de emprendimiento de hombres y mujeres.*

Para contrastar la hipótesis, se utilizó la herramienta estadística de prueba de t-student con la intención de analizar las diferencias de las puntuaciones medias para muestras independientes, en este caso de hombres y mujeres. Los resultados indican un valor de 4.1360 para hombres y 4.0865 para mujeres, observándose que el valor de  $t$  es de 0.476 y  $p = 0.490$  que define la existencia en las puntuaciones medias de la intención de emprendimiento, pero dicha diferencia no es significativa, por lo tanto, la hipótesis se acepta, los resultados se presentan en la tabla 3.

**Tabla 3**

*Prueba estadística t-student sobre la intención de emprendimiento.*

Variable	Género	N	Media	Desviación estándar	Error promedio	F	Sig.
<b>Intención de emprendimiento</b>	Masculino	526	4.1360	0.67200	0.02930	0.476	0.490
	Femenino	477	4.0865	0.72480	0.03319		

Fuente: elaboración propia (SPSS, 22).

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos permiten definir que cada día se observa una mayor participación de la mujer tanto en el acceso a la educación como en el desarrollo empresarial, lo cual se confirma en el presente estudio al aceptar la hipótesis que indica que no existe diferencia significativa en la intención de emprendimiento de hombres y mujeres, lo cual se puede deber al trabajo de organismos e instituciones públicas, que han implementado estrategias para desarrollar dichas actividades equitativamente.

Lo anterior, coincide con la aportación de Sánchez y Fuentes (2013) que en su investigación concluyen que no existe diferencia estadísticamente significativa en la opinión sobre la viabilidad de crear una empresa, aunque la percepción es menor en mujeres no resulta significativo respecto a los hombres.



De manera general se puede establecer que el resultado de la investigación indica que existen diferencias en las variables de emprendimiento entre hombres y mujeres, pero estas no son significativas (Sánchez y Fuentes, 2013; Ruiz, García y Delgado, 2014; Amador, García y Gutiérrez, 2019; Maldonado, 2019).

De igual forma, los resultados permiten definir que independientemente del género masculino o femenino, los emprendedores son aquellos individuos que comienzan nuevas empresas, generan cadenas de valor y son cruciales para el crecimiento y desarrollo de los países, no importa si eres hombre o mujer, pueden tener motivaciones de emprender y acceso a los recursos para desarrollar su emprendimiento, asimismo, considerando que en las tres instituciones estudiadas desde 2017 se ha implementado la estrategia del Modelo Talento Emprendedor que consiste en fomentar el desarrollo de ideas de negocio para estudiantes hombres y mujeres inscritos en cualquier programa educativo, se define que dicha acción puede fortalecer la intención y comportamiento planificado.

Por otra parte, con el estudio se fortalece la idea de que un hombre o mujer, puede ser la persona que ejecuta un emprendimiento usa su conocimiento, experiencia, red de contactos, recursos económicos y otros activos necesarios, ya sea que estén bajo su control o tenga que acceder a ellos por otros medios (CEPAL, 2018).

De igual forma, los resultados obtenidos permiten establecer que la intención de emprendimiento es similar entre hombres y mujeres, por lo tanto, no existen diferencias significativas, lo cual a diferencia de años anteriores permite identificar que la noción de emprendimiento femenino y la actividad emprendedora de la mujer en América Latina, es un concepto ligado al concepto de empoderamiento de la mujer, con lo cual la mujer mejora sus condiciones y expectativas en aspectos de educación y desarrollo empresarial, tal como se muestra en los resultados que indican diferencias que no son significativas y determinan que hombres y mujeres tienen intención de emprendimiento, presentando cambios que anteriormente reflejaban una diferencia importante en la intención de emprender para el género masculino (CEPAL, 2018).

También, se establece que en México la participación de las mujeres en el mercado laboral se ha incrementado gradualmente de 33% en 1995 a 39% en 2016, periodo durante el

cual, las mujeres trabajadoras ocupadas pasaron de 10.5 millones a casi 20 millones, lo cual, refleja mayores oportunidades de acceso para el mercado laboral (INEGI, 2019).

La principal limitación de la investigación es que solamente considera tres instituciones para el estudio y que se basa en la teoría del comportamiento planificado, es decir, las intenciones futuras que se tienen en un momento determinado, por lo tanto, resulta interesante y necesario retomar como línea de investigación futura el impacto del modelo talento emprendedor en egresados para verificar quienes realmente han logrado emprender, asimismo, considerar el estudio en al menos una institución de educación superior tecnológica por entidad federativa, para generar resultados que permitan generalizar a mayor alcance.

## **AGRADECIMIENTOS**

Se agradece al Tecnológico Nacional de México y al Gobierno del Estado de Hidalgo por el financiamiento del proyecto, al Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo (ITESA), Instituto Tecnológico Superior del Occidente del Estado de Hidalgo (ITSOEH) e Instituto Tecnológico Superior de Huichapan (ITESHU) por las facilidades otorgadas para la ejecución del proyecto, así como a los estudiantes Alfredo Castillo Olvera y Diana Lizbeth Ortega Ugalde, por su participación en la ejecución del proyecto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, J.C., Zarate, R. A. e Ibarra, A. (2014). Caracterización del emprendedor latinoamericano, a partir del Modelo Global Entrepreneurship Monitor GEM. *Económicas*, 35(1), 135-155.
- Ahl, H. y Marlow, S. Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5) 543–562. 2012. doi: 10.1177/1350508412448695.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2),179-211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683. doi: 10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x
- Amador, M. L., García, Y. y Gutiérrez, G. (2019). Intención emprendedora de estudiantes respecto al género de un tecnológico en Hidalgo, México. *Revista Iberoamericana de Ciencias*. 6(4), 20-34.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2019). *Las Instituciones de Educación Superior, promotoras del emprendimiento: Jaime Valls Esponda*. Recuperado de: <http://www.anui.es/noticias/las-instituciones-de-educacion-superior-promotoras-del-emprendimiento>
- Borrayo, C.L., Valdez, A. y Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87. doi: 10.31876/rcs.v26i3
- Castiblanco, S.E. 2013. La Construcción de la Categoría de Emprendimiento Femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión* 21(2), 53-66.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Chile: First Public Inc. Recuperado de: <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenaenseñanzadelemprendimiento.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2010). *Mujeres Emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, Obstáculos y Desafíos*. Santiago de Chile: CEPAL.

DeTienne D.R. y Chandler, G.N. (2007). The Role of Gender in Opportunity Identification, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 365-386. doi: 10.1111/j.1540-6520.2007.00178.x

Díaz, M.C. y Jiménez, J.J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: Nuevas perspectivas del efecto del género. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa*, 42, 151-176.

Elizundia, M.A. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60(2), 468-485.

Espino, A. 2005. *Un Marco de Análisis para el Fomento de las Políticas de Desarrollo Productivo con Enfoque de Género*. Santiago de Chile: CEPAL.

Fayolle, A. y Liñán, F. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.11.024

Foro Económico Mundial (2016). *The Global Gender Gap Report 2016*. Geneva: WEF.

Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.

Gartner, W.B. y Carter, N.M. 2003. "Entrepreneurship Behavior: Firm Organizing Processes", en Acs ZJ, Audretsch DB (eds.) *The International Handbook of Entrepreneurship*. Dordrecht. Kluwer Academic Publishers.

Guerrero, M. (2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario*. Madrid: Red Emprendida.

Gutiérrez, A. M. y Amador, M. E. (2011). El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de Contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México, Centro Universitario de los Altos, un análisis comparativo. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 19(36), 63-82. doi: 10.15381/quipu.v19i36.6497

- Guzmán, J. y Rodríguez, M.J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 18, 381-392.
- Hernández, K. E., González, L. A., y Herrera, M. (2016). *Reporte Regional 2015 México*. México: Tecnológico de Monterrey.
- Hurley, A. (1999). Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship. *Women in Management Review*, 14 (2), 54-62
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2016). Encuesta Nacional de Empleo y Ocupación (ENOE). Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>
- Medina, P., Bolívar, A. y Lemes, A.I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUEESS. *Revista de Estudios Empresariales*, 2, 63-80. doi:10.17561/ree
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) (2019). Resultados y relevancia para el mercado laboral, 2019. Recuperado de: [https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/educacion\\_superior\\_en\\_mexico.pdf](https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/educacion_superior_en_mexico.pdf)
- Orrego, C. I. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235.
- Reyes, L.E., Pinillos, M.J. y Soriano, I. (2014). Diferencias de género en la orientación emprendedora. *ESIC Market Economics and Business Journal*, 45(3), 441-460.
- Ruiz, C., García, F., y Delgado, N. (2014). Condicionantes de la intención emprendedora en el alumnado universitario: un análisis desde la perspectiva de género. *Revista de Estudios Empresariales*, 2, 81-96.
- Runyan, R., Huddleston, P. y Swinney, J. (2006). Orientación empresarial y capital social como estrategias de pequeñas empresas: un estudio de las diferencias de género desde una visión basada en los recursos. *Revista Internacional de Emprendimiento y Gestión*, 2(4) 455-477. doi: 10.1007/s11365-006-0010-3
- Sanabria-Rangel, P. E., Morales-Rubiano, M. E., y Ortíz-Riaga, C. (2015). Interacción Universidad y entorno: Marco para el emprendimiento. *Educación y Educadores*, 18(1), 111-134.

Sánchez, S.M. y Fuentes, F. J. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales*, XIX(1), 140-153. doi: 10.31876/rsc.v26i3

Sánchez, J.C., Lanero, A. y Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*. 15(1), 37-60

Página | 2898

Sánchez, I. y Pérez, M. (2019). El impacto de la educación en la intención emprendedora de los estudiantes del grado de economía. *Revista de Estudios Empresariales*, 1, 22-40. doi: 10.17561/ree.v2019n1.2

Suárez, M., Suárez, L., y Zambrano, S. M. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá- Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales*, XXIII (4), 23-32. doi

Timmons, J. (1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Chicago: Irwin.

Valencia, A., Montoya, I., Montoya, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881-922. doi: 10.3926/ic.730

Verheul, I. Van Stel, A. J. y Thurik, A. R. (2004). Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1-32