

Análisis de Actitud Emprendedora en Estudiantes Universitarios: una Perspectiva de Género

Ernesto Felipe Novillo Maldonado
Carlos Bolivar Sarmiento Chugcho
José Kennedy Ollague Valarezo
Dolores Isabel Ramón Ramón
Universidad Técnica de Machala

Autor para correspondencia: enovillo@utmachala.edu.ec, cbsarmiento@utmachala.edu.ec, jollague@utmachala.edu.ec, diramon@utmachala.edu.ec

Fecha de recepción: 19 de Julio de 2017 - Fecha de aceptación: 10 de Agosto de 2017

Resumen: El emprendimiento en la actualidad es una de las temáticas más tratadas en investigaciones debido al impacto que esta tiene en la generación de empleos, y a su vez en el desarrollo social y económico de los países. Por esta situación la presente investigación tiene como objetivo realizar una comparación de la actitud emprendedora, entre hombres y mujeres, en este caso estudiantes de carreras administrativas de la Universidad Técnica de Machala, usando estadística descriptiva y aplicando prueba de varianza ANOVA para encontrar la existencia de diferencias significativas en los valores obtenidos de las actitudes emprendedoras entre estudiantes hombres y mujeres. Teniendo como resultados de la investigación que en este caso de estudio no se encontraron diferencias significativas.

Palabras clave: Emprendimiento, actitud emprendedora, estudiantes universitarios.

Abstract: Entrepreneurship is currently one of the topics most treated in research because of the impact it has on employment generation, and this in turn in the social and economic development of the countries. For this situation, the present research aims to make a comparison of the entrepreneurial attitude between men and women, in this case students of administrative races of the Technical University of Machala, using descriptive statistics and applying test of variance ANOVA to find the existence of Significant differences in the values obtained from the entrepreneurial attitudes between male and female students. As a result of the investigation, no significant differences were found in this case study.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial attitude, university students.

Introducción

En la actualidad el enfoque de atención de las investigaciones ha sido el emprendimiento, tanto en ámbitos económicos como políticos, debido a que existe necesidad de entender cómo afecta en la economía y desarrollo de los países a nivel mundial (Minniti, 2012). Por esta situación existe el interés de los países en estudiar e invertir en esta temática. Por ejemplo en Ecuador, la gran mayoría de carreras administrativas tienen como una de sus asignaturas el emprendimiento, materia que no solo toma en consideración la parte teórica del emprendimiento, sino también finaliza en un proyecto que busca que los estudiantes desarrollen una idea de negocio que pueda ser llevada a la práctica. La finalidad de esta idea es que en algún momento los futuros

profesionales no vayan al mercado en búsqueda de trabajo, más bien salgan a crear su negocio y generar fuentes de empleo, contribuyendo al país.

El emprendimiento está relacionado con la educación, no solo en desarrollar actitudes y competencias, más bien el enfoque es motivar a los estudiantes para que puedan seguir con sus ideas de negocios y plasmarlas en algún momento para convertirlas en realidad, que puedan seguir sus sueños (Paucara & Andía, 2013). Por este motivo es necesario tratar este tema desde la perspectiva de los estudiantes, porque desde la educación podemos contribuir a desarrollar esta temática y que pueda generar un impacto en el desarrollo social y económico de los países. La influencia de la vida universitaria influir de manera positiva en la actitud emprendedora de los estudiantes, siempre que sea bien encaminada la enseñanza e información que se brinda (Valencia, Cadavid, Ríos, & Awad, 2012).

El comprender el papel que tiene el emprendimiento en el crecimiento económico de los pueblos es de vital importancia, debido a que en la actualidad los gobiernos están teniendo fuertes inversiones de dinero en políticas públicas que ayuden a fomentar el emprendimiento, teniendo un efecto limitado, dependiendo de las condiciones macroeconómicas del país (Easterly, 2005).

El objetivo de la presente investigación es realizar una comparación de la actitud emprendedora, entre hombres y mujeres, en este caso estudiantes de carreras administrativas de la Universidad Técnica de Machala, con la finalidad de conocer las diferencias que existen en el emprendimiento por género aplicada a la población objeto de estudio, teniendo una visión de lo que está pasando, generando información para próximos estudios. Existen estudios que se han realizado sobre el emprendimiento por género, basados en la condición social de mujer o hombre (Sampedro & Camarero, 2007), brindando información que aporte al presente estudio.

Emprendimiento

El término emprendimiento proviene del inglés “entrepreneurship”, las primeras definiciones vienen con Cantillon (1755) que indica que emprendedor es aquel tomador de decisiones racional que administra empresas. Existen varias definiciones que se han dado por distintos autores entre ellos Pfeilstetter (2011), que menciona que es el sujeto social ideal que manifiesta todos lo que debe tener una persona ideal en la sociedad actual. Es importante destacar que existen diversas definiciones de emprendedor, e incluso se debe mencionar que se realizó un estudio sobre la definición de emprendimiento, sin tener resultados comunes sobre la definición del término (Gartner, 1990).

Se puede manifestar que emprender involucra tomar decisiones, pero el tomar las mejores decisiones es lo que marca la diferencia en los emprendedores, para esto resulta necesario contar con las competencias necesarias (Alcaraz, 2015). Según Shane & Venkataraman (2000), mencionan que existen muchas diferencias entre la parte teórica y los estudios empíricos realizados sobre emprendimiento, existiendo muchas perspectivas

usadas para entender el emprendimiento, pero los modelos son incompletos, porque van a pareciendo nuevos factores y perspectivas.

Teoría de Schumpeter:

Según Schumpeter (1944) el emprendedor era una persona innovadora, que tiene como función lograr ser más productivo a través de la innovación, y explotar la misma para conseguir los resultados esperados. Su idea constituía una visión económica diferente y considerada difícil, porque era una actividad fuera de lo habitual, y además porque siempre existe rechazo a las ideas nuevas, en especial a quienes tienen que financiar las mismas.

Este sistema económico descrito por Schumpeter consideraba que no existe equilibrio estático, debido a que estaría ligado a las nuevas innovaciones por parte de los emprendedores. Siendo los incentivos que recibirían los emprendedores de sus ideas lo que los motiva a seguir innovando.

Teoría Escuela Austríaca

Según Castillo (1999) esta teoría se basa en la existencia de desequilibrio, debido a la incertidumbre que existe en la economía, y los emprendedores son los que saben aprovechar y manejarse en situaciones inciertas, aprovechando las oportunidades que se presentan en el mercado, en aspectos como precios, ganancias y pérdidas. Así mismo esta teoría está basada en la acción humana y en los intercambios sociales complejos (Puello, 2011).

Metodología

Diseño

La presente investigación uso un enfoque cuantitativo, que nos ayuda a generalizar los resultados para una población objeto de estudio, a través de la extrapolación de una muestra (Hernández, Fernandez, & Baptista, 1998). Para el presente estudio se consideró la actitud emprendedora total entre cuatro categorías que son: (a) valoración del resultado, (b) autoconfianza, (c) capital social que tiende puentes, (d) e intención de emprender (Ventura & Quero, 2013). Estos aspectos fueron considerados dentro del instrumento que se tomó a dos muestras independientes de estudiantes universitarios de carreras administrativas. Se usó estadística descriptiva para poder interpretar los datos obtenidos, en este caso se obtuvo las medias y desviación estándar de las variables consideradas para medir la actitud emprendedora (Fernández, Cordero, & Córdoba, 2002).

Población y muestra

La población considerada para este estudio fueron estudiantes universitarios de la Universidad Técnica de Machala, en este caso se tomó a estudiantes de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales, para lo cual se tomó dos muestras independientes de 100 hombres y 100 mujeres de manera aleatoria.

Instrumento

El instrumento usado fue el cuestionario, el mismo que tuvo preguntas de escala tipo Likert, preguntas que iban en muy en desacuerdo a muy en acuerdo, las mismas estaban enfocadas en las cuatro categorías consideradas para la actitud emprendedora.

Análisis de datos

Una vez realizado el trabajo de campo, se ingresó y tabuló la información con el programa SPSS. Una vez obtenidos los valores de medias y desviación estándar se procedió a verificar si existen diferencias significativas en las actitudes emprendedoras entre hombres y mujeres. Se empleó ANOVA para poder validar la hipótesis nula (H_0) o la alternativa (H_1), teniendo las mismas:

$H_0 = \mu_1 = \mu_2$ (las medias poblacionales son iguales) (1)

$H_1 = \mu_1 \neq \mu_2$ (las medias poblacionales no son iguales) (2)

De donde:

μ_1 = Media de los hombres (3)

μ_2 = Media de las mujeres (4)

Resultados y Discusión

De los resultados obtenidos de las dos muestras, se obtuvo valores de las medias para cada categoría, se observa en las Tablas 1 lo referente a las medias y desviación estándar por categoría relacionadas a los datos de los hombres, y en la Tabla 2 se observa lo referente a medias y desviación estándar relacionados a los datos de las mujeres. Por categoría se observa que en Valoración de resultado, autoconfianza y capital social los resultados de las medias de las mujeres fueron mayores a las medias de los hombres; solamente en Intención de emprender los valores de la media de los hombres fue mayor que el dato obtenido de las mujeres.

Tabla 1
Estadísticos descriptivos Hombres

	N	Media	Desviación estándar
Valoración del resultado	100	9,2700	2,85280
Autoconfianza	100	9,5700	2,78979
Capital social	100	18,1000	5,60573

Intención de emprender	100	15,3200	3,21574
N válido (por lista)	100		

Tabla 2
Estadísticos descriptivos Mujeres

	N	Media	Desviación estándar
Valoración del resultado	100	9,8300	2,69326
Autoconfianza	100	9,6400	2,59183
Capital social	100	19,1800	5,18619
Intención de emprender	100	14,9400	3,48393
N válido (por lista)	100		

Tabla 3
Medias muestras

MEDIAS	
hombres [μ_1]	52,26
mujeres [μ_2]	53,59

Haciendo una sumatoria de las categorías por hombres y por mujeres se tiene la Tabla 3, que da como resultados que la actitud emprendedora dio 52,26 en los hombres versus 53,59 en las mujeres. Estos resultados no son suficientes, por ese motivo se realizó el análisis de varianza ANOVA, teniendo en consideración los supuestos básicos para la misma; la intención fue comprobar que la media de las estudiantes mujeres versus la media de los estudiantes hombres, tienen aproximación, o difieren entre ambas. Los resultados se observan en la Tabla 4.

Tabla 4
ANOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	3643,873	37	98,483	1,230	,2319
Dentro de grupos	4962,317	62	80,037		
Total	8606,190	99			

De los resultados se puede observar que el valor de la prueba $F=1,230$ con una significancia mayor a $0,05$ que se acepta provisionalmente la Hipótesis nula (la media de los estudiantes hombres versus la media de las estudiantes mujeres son iguales). Estos resultados indican que no existe diferencia considerable en las actitudes emprendedoras entre estudiantes hombres y mujeres de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala.

Conclusiones

Los resultados obtenidos permitieron visualizar que la media de las actitudes emprendedoras de las mujeres era relativamente mayor a los resultados de los hombres, pero para poder comprobar la existencia de diferencia fue necesario aplicar la prueba ANOVA, que sirvió en este caso para demostrar que no existen diferencias significativas entre las actitudes de los hombres y mujeres de la población objeto de estudio, en este caso los estudiantes de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala; esto debido a que la significancia obtenida fue mayor a $0,05$ aceptando provisionalmente la hipótesis nula (la media de los estudiantes hombres versus la media de las estudiantes mujeres son iguales).

Con estos resultados queda demostrado en este caso de estudio que no existen diferencias significativas por género, y existirían otros aspectos que pueden marcar diferencias en las actitudes emprendedoras, quedando abierta la oportunidad para que en futuras investigaciones se busque conocer más a fondo otros aspectos que pueden causar un impacto en las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, teniendo en consideración que estos serán quienes aporten a la economía de los países y al desarrollo de los mismo.

Referencias

- Alcaraz, R. (2015). *Emprendedor de éxito*. México: McGraw Hill.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général. History of Economic Thought Books*. Francia: Institut National D'études Démographiques.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Chile: INTEC-CHILE.
- Easterly, W. (2005). What did structural adjustment adjust?: The association of policies and growth with repeated IMF and World Bank adjustment loans. *Journal of development economics*, 76(1), 1-22.
- Fernández, S., Cordero, J., & Córdoba, A. (2002). *Estadística descriptiva*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gartner, W. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business venturing*, 5(1), 15-28.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación*. México:: Mcgraw-Hill.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383, 23-30.
- Paucara, E., & Andía, W. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84.
- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27(1), 1-11.
- Puello, J. (2011). DEL HOMO ŒCONOMICUS AL HOMO REDEMPTORIS Emprendimiento y Nuevo Neo-liberalismo. *Otra Economía*, 4(6), 181-206.
- Sampedro, R., & Camarero, L. (2007). Mujeres empresarias en la España rural. El sujeto pendiente del desarrollo. *Revista Internacional de Sociología*, 65 (48), 121-146.
- Schumpeter, J. (1944). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D., & Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57), 132-148.

Ventura, R., & Quero, M. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127-149.