

Análisis del género en la orientación emprendedora de los jóvenes universitarios

Analysis of Gender in the Entrepreneurial Orientation of Young University Students

Ana M- Vargas-Perez¹  0000-0002-2653-1753  ana.vargas@urjc.es
Niurka Guevara-Otero²  0000-0003-3039-6221  niurka.guevara@urjc.es
Mónica Segovia-Pérez³  0000-0001-7346-2546  monica.segovia@urjc.es
Pilar Laguna-Sánchez⁴  0000-0003-4734-9536  pilar.laguna@urjc.es

^{1,2,3,4} Universidad Rey Juan Carlos, Facultad de Ciencias de la Economía y de la Empresa, Departamento de Economía de la Empresa, Madrid, España

Clasificación JEL: L26; A21; J16

Recepción: 2023-09-29 /Aceptación: 2023-12-04 / Publicación: 2024-01-05

Citación/como citar este artículo: Vargas, A., Guevara, N., Segovia, M., Laguna, P. (2024). Análisis del género en la orientación emprendedora de los jóvenes universitarios. Revista ECA Sinergia, 15(1), 1299-142. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i1.6134>

RESUMEN

Esta investigación examina el papel del género en la orientación emprendedora (OE) de los jóvenes universitarios. El estudio explora las diferencias entre dos grupos (hombres y mujeres) estudiantes de seis áreas de conocimientos de una universidad pública española, en relación con el efecto del género en las dimensiones de la OE: autonomía, innovación, agresividad competitiva y asunción de riesgos. Para ello se llevó a cabo un método de investigación cuantitativo, mediante un estudio descriptivo, inferencial y transversal, a través de un cuestionario autoadministrado. La muestra se obtuvo mediante muestreo aleatorio-accidental, durante tres cursos académicos entre los años 2019, 2020 y 2021. Los resultados mostraron que, existen diferencias significativas entre los hombres y las mujeres en el contexto universitario, en cuanto a las percepciones de las dimensiones autonomía, agresividad competitiva y asunción de riesgos de la OE. Estas diferencias se debieron a que, se encontró que los hombres tomaban más riesgos, se percibían más autónomos y competitivos que las mujeres. Por otro lado, los resultados no confirmaron diferencias significativas entre los dos grupos en la dimensión de innovación, a pesar de que las mujeres se mostraron más innovadoras que los hombres. Los hallazgos de este estudio muestran evidencias de que la OE de los hombres jóvenes es mayor que la de las mujeres jóvenes. En conclusión, se confirma la necesidad de fomentar la autonomía, la competitividad y el comportamiento arriesgado entre el género femenino universitario, así como, la innovación entre el género masculino universitario.

Palabras clave: emprendimiento, autonomía, asunción de riesgos, agresividad competitiva, diferencias emprendedoras, dimensiones de orientación emprendedora.

ABSTRACT

This research examines the role of gender in the entrepreneurial orientation (EO) of young university students. The study explores the differences between two groups (male and female) of students from six areas of knowledge at a Spanish public university, concerning the effect of gender on the dimensions of EO: autonomy, innovation, competitive aggressiveness and risk-taking. A quantitative research method was used, through a descriptive, inferential, and cross-sectional study, using a self-administered questionnaire. The sample was obtained by random-accidental sampling, between 2019, 2020 and 2021. The results showed that there are significant differences between men and women in the university context, regarding the perceptions of the autonomy, competitive aggressiveness, and risk-taking dimensions of the EO. These differences were because men were found to take more risks and to perceive themselves as more autonomous and competitive than women. On the other hand, the results did not confirm significant differences between the two groups according to the innovativeness dimension, although women were more innovative than men. The findings show evidence that young men's EO is higher than that of young women. In conclusion, the need to foster autonomy, competitiveness, and risky behavior among female university students, as well as innovation among male university students, is confirmed.

Keywords: Entrepreneurship, autonomy, risk-taking, competitive aggressiveness, entrepreneurial differences, entrepreneurial orientation dimensions.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento contribuye al crecimiento de las economías de los países, tanto si proviene de la iniciativa femenina como de la masculina (GEM, 2023). El proceso emprendedor se distingue por el género, desde su intención hasta en la materialización y gestión de los nuevos negocios (GEM, 2023; OECD/European Commission, 2021). No obstante, a pesar de la ventaja que conlleva la fundación de nuevas empresas para las sociedades, las distancias entre géneros siguen estando presentes y en algunas ocasiones, reflejando situaciones desventajosas sobre todo para el género femenino (GEM, 2023).

Según datos del GEM (2023) existe mayor probabilidad masculina que femenina de fundar un negocio. Entre 2019 y 2022 la proporción de mujeres emprendedoras cae frente a la masculina, específicamente, para el grupo de emprendedores que están en su etapa inicial (GEM, 2023). Al mismo tiempo, el informe refleja que los dueños de negocios más estables en los mercados están dominados por el género masculino (GEM, 2023).

Por otra parte, cuando el emprendimiento es juvenil, se encuentran aspectos positivos y negativos destacables. Los jóvenes emprendedores muestran altos ratios de creación de empresas y muestran mayor propensión que los seniors a introducir nuevos productos en los mercados (GEM, 2023; OECD/European Commission, 2021). Contrariamente, tanto por ser joven, como por ser mujer se enfrentan a serios obstáculos para fundar nuevas empresas (OECD/European Commission, 2021). Los jóvenes tienen menos experiencia, menos conocimientos y en algunos casos los gobiernos, economías y culturas no favorecen la iniciación de un negocio según sea su género (GEM, 2023). Pero más allá de la presencia de ciertos obstáculos, autores como Liñán y Jaén (2022) proponen que los patrones de emprendimiento en los jóvenes han podido cambiar, debido a las recientes crisis como el COVID-19 y a nuevas motivaciones para fundar sus nuevas empresas. Los autores argumentan que la actividad emprendedora pueda dirigirse más una necesidad en los jóvenes (Liñán y Jaén, 2022). En este sentido, analizar la perspectiva del género emprendedora sigue siendo una prioridad para el futuro de las economías mundiales.

El emprendimiento ha sido estudiado desde diversas líneas de investigación, una de ellas es la Orientación Emprendedora (OE), que es el fundamento teórico de esta investigación. La OE surge originalmente como un concepto multidimensional, un comportamiento en las organizaciones. La OE es un proceso estratégico desarrollado por una empresa para lograr nuevos desarrollos, productos, servicios y negocios, donde los gerentes atraviesan por un proceso emprendedor (Lumpkin y Dess, 1996) y donde, los individuos toman decisiones estratégicas e inician acciones hacia el emprendimiento (Lumpkin y Dess, 1996).

Trabajos como los de Lumpkin y Dess (1996) sugieren que la OE está compuesta por varias dimensiones, estas son, la autonomía, la innovación, la asunción de riesgos, la agresividad competitiva y la proactividad. Más adelante, Lee et al. (2011) en un estudio aplicado en un contexto multicultural y con una muestra de jóvenes, proponen un instrumento de medición individual (no para las empresas), basado en las dimensiones de Lumpkin y Dess (1996). Lee et al. (2011) reducen a cuatro las originales dimensiones y excluyen la proactividad, argumentando que la proactividad se superpone a las dimensiones innovación y agresividad competitiva. Las dimensiones del instrumento de Lee et al. (2011) plantean que la dimensión autonomía es la acción independiente de un individuo o de un equipo cuando presenta una idea y la lleva a cabo hasta el final; la dimensión innovación es la tendencia de las empresas a apoyar nuevas ideas que resulta en nuevos servicios o productos; la dimensión asunción de riesgos implica asumir grandes compromisos para obtener grandes oportunidades en el mercado; finalmente, la dimensión agresividad competitiva es la tendencia de una empresa al desafío de sus competidores para mejorar su posición. Luego, Boada-Grau et al. (2016) realizan una adaptación al español del instrumento de Lee et al. (2011) siendo el instrumento que se toma como base en esta investigación.

A pesar de que la OE surge como una teoría que mide la orientación emprendedora de las empresas, ha sido amplio su estudio en el plano individual (Clark et al., 2023; Kumar et al., 2021; Lee et al., 2011), mostrando variados resultados con relación a las dimensiones y el género (Al-Mamary y Alshallaqi, 2022; Gorostiaga et al., 2019, 2023; Gurel et al., 2021; Kumar et al., 2021; Lee et al., 2011; Liu et al., 2020).

Algunos autores coinciden que los hombres reflejan mayor intención emprendedora que las mujeres (Dheer et al., 2019; GEM, 2023; Kumar et al., 2021). Kumar et al. (2021) en una investigación con estudiantes universitarios encuentran que, los hombres muestran una mayor perseverancia a la hora de emprender y también a la intención emprendedora. Estos autores plantean que los hombres son más proactivos que las mujeres, pero no encuentran diferencias entre hombres y mujeres con relación a la toma de riesgos e innovación. Sobaih y Elshaer (2022) examina las diferencias entre estudiantes encontrando, que el género masculino tiende a

tomar más riesgos que el género femenino, por el contrario, el género femenino se muestra más innovador que los hombres. No encuentran diferencias entre género en la dimensión proactividad. Gurel et al. (2021) indican que existe una relación entre el género y la intención emprendedora, pero que está moderada por factores como la toma de riesgos y la educación. Sus resultados exponen que, la intención emprendedora de las mujeres que tienen una propensión a tomar riesgos de nivel alto o bajo aumenta cuando adquieren educación superior. Particularmente, el aumento de la intención emprendedora es más evidente para las mujeres con un nivel bajo a tomar riesgos, lo que indica que la educación modera la intención emprendedora femenina. Contrariamente, el efecto de la educación es negativo para los hombres que tienen alta o baja propensión a asumir riesgos.

Otros estudios encuentran puntuaciones más altas en los hombres específicamente en la dimensión competitividad, pero sin hallar diferencias de género en innovación, ni en proactividad (Gorostiaga et al., 2019, 2023). Al-Mamary y Alshallaqi (2022) hallan que existe una fuerte relación entre la intención emprendedora y las dimensiones autonomía, innovación, toma de riesgos y proactividad, pero no encuentran relación entre la agresividad competitiva y la intención emprendedora. Belas y Sopkova (2016) no encontraron diferencias significativas por género en cuanto a las dimensiones individuales de la OE como la autonomía, innovación y agresividad competitiva. Vankov et al. (2022) sugieren que es más probable que los jóvenes consideren el emprendimiento cuando confían en sus habilidades para innovar y para aprovechar las oportunidades que surgen en el mercado. Vankov et al. (2022) no encuentran una influencia significativa ni por edad, ni por género, tampoco por nacionalidad. Liu et al. (2020) clasifican en una muestra de estudiantes de empresariales según su nivel de inclinación emprendedora (alto, medio, bajo) en varias dimensiones de la OE, hallando que el género, antecedentes de empresas familiares, la ciudad natal y la educación empresarial están significativamente relacionados con la tendencia emprendedora, tanto positivamente como negativamente. Por el contrario, la edad, los ingresos del hogar, la educación de los padres y la ocupación no muestran una relación significativa con la tendencia emprendedora.

Por otra parte, otras investigaciones reflejan resultados más contextuales pero interesantes. Dheer et al. (2019) argumentan que en los países más masculinizados las mujeres muestran una mayor probabilidad de comenzar un nuevo negocio. Los autores definen un país masculinizado donde la sociedad, asocia al hombre valores como, la competitividad, el heroísmo, el asertividad. Avnimelech y Zelekh (2023) exponen que religiones como el catolicismo y el Islam Suní tienen un impacto negativo en el nivel de emprendimiento en los países y que, este impacto negativo es mayor en el emprendimiento femenino. Al contrario, el judaísmo tiene un impacto positivo en el emprendimiento femenino.

Relacionado con la educación emprendedora por género, Kljucnikov et al. (2016) hallaron que el género masculino y con mayor educación se inclinan más intensamente a la autonomía, a la realización de proyectos más riesgosos y a la agresividad competitiva que las mujeres según su OE. Laguna-Sánchez et al. (2020) y Liu et al. (2020) encuentran un mayor impacto de la educación en la intención emprendedora femenina. Para Kumar et al. (2021) los hombres de carreras de empresariales tienen mayor OE que los de ciencias e ingenierías, reflejándose la misma actitud para las mujeres. Ante estos resultados variados, la profundización en el estudio del género y el emprendimiento juvenil sigue siendo necesaria.

Por ello, basado en la revisión anterior, el objetivo de esta investigación es analizar el papel del género en la OE de los jóvenes universitarios y cuantificar las diferencias entre hombres y mujeres en las dimensiones de la OE. Concretamente, explorar si la variabilidad de la valoración de las percepciones sobre la OE y las dimensiones: autonomía, innovación, asunción de riesgos y agresividad competitiva, podrían atribuirse al género. Además, se analiza si la orientación emprendedora, la autonomía, la innovación, la asunción de riesgos y la agresividad competitiva es mayor en los hombres jóvenes que en las mujeres jóvenes. En este sentido, se plantean las siguientes hipótesis de la investigación.

Hipótesis:

- H1: La orientación emprendedora de los hombres jóvenes es mayor que la de las mujeres jóvenes.
H2: La dimensión autonomía de la orientación emprendedora es mayor en los hombres jóvenes que en las mujeres jóvenes.
H3: La dimensión innovación de la orientación emprendedora es mayor en los hombres jóvenes que en las mujeres jóvenes.
H4: La dimensión asunción de riesgos de la orientación emprendedora es mayor en los hombres jóvenes que en las mujeres jóvenes.
H5: La dimensión agresividad competitiva de la orientación emprendedora es mayor en los hombres jóvenes que en las mujeres jóvenes.

METODOLOGÍA

Esta investigación es de naturaleza cuantitativa y se diseñó mediante un estudio descriptivo, inferencial y transversal en el que se analizó las diferencias significativas entre dos grupos caracterizados por hombres y mujeres estudiantes de seis áreas de conocimientos de una universidad pública española, así como, el efecto que tiene el género en las dimensiones de la OE: autonomía, innovación, agresividad competitiva y asunción de riesgos en el ámbito de los estudiantes universitarios. Para ello, se utiliza el cuestionario como método y principal herramienta para obtener los resultados anhelados. Este tipo de investigaciones de acuerdo con Neill y Cortez (2017) se basa en los aspectos numéricos para investigar, analizar y comprobar información y datos. Además, es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, utilizando herramientas estadísticas.

Participantes

La muestra se obtuvo mediante muestreo aleatorio-accidental (Kerlinger y Lee, 2002) durante tres cursos académicos entre los años 2019, 2020 y 2021. En la obtención de la muestra, se preservó el anonimato de los participantes en sus respuestas al cuestionario. Asimismo, los investigadores obtuvieron su consentimiento informado vía electrónica. La muestra del estudio estuvo compuesta por 477 estudiantes de seis áreas de conocimientos distintas en una universidad pública de España. El 67% de la muestra correspondía a las mujeres y el 33% a los hombres. La edad del 71 % de los encuestados se encontraba entre los 20 y 22 años. Entre las áreas de conocimientos más representadas se encontraron las Ciencias Económicas y Empresariales, Ciencias Técnicas y Ciencias Sociales, con más de un 25% cada una. Por otra parte, la mayoría de los encuestados (75,7%) manifestaron no haber tenido una experiencia emprendedora. Sin embargo, las mujeres declaran un 4% más que los hombres el haber tenido una experiencia emprendedora. Las características de la muestra se describen en la Tabla 1.

Tabla 1. Características sociodemográficas de los participantes por género (n=477)

Características Sociodemográficas	Hombre		Mujer		Total	
	F	%	F	%	F	%
Edad						
17	0	0,0	2	0,6	2	0,4
18	8	5,1	13	4,1	21	4,4
19	15	9,5	20	6,3	35	7,3
20	38	24,1	63	19,7	101	21,2
21	53	33,5	109	34,2	162	34,0
22	21	13,3	55	17,2	76	15,9
23	8	5,1	19	6,0	27	5,7
24	8	5,1	12	3,8	20	4,2
25	3	1,9	9	2,8	12	2,5
26	0	0,0	4	1,3	4	0,8
27	2	1,3	6	1,9	8	1,7
28	1	0,6	2	0,6	3	0,6
30	0	0,0	1	0,3	1	0,2
31	0	0,0	1	0,3	1	0,2
35	0	0,0	2	0,6	2	0,4
41	0	0,0	1	0,3	1	0,2
46	1	0,6	0	0,0	1	0,2
Área de conocimiento						
Ciencias Experimentales	14	8,9	27	8,9	41	8,9

Ciencias Económicas y Empresariales	40	25,3	76	25,3	116	25,3
Ciencias Técnicas (ingenierías)	40	25,3	44	25,3	84	25,3
Ciencias Sociales	41	25,9	121	25,9	162	25,9
Ciencias Jurídicas	23	14,6	40	14,6	63	14,6
Ciencias Sanitarias	0	0,0	11	0,0	11	0,0
¿Has tenido alguna experiencia emprendedora?						
No	124	78,5	237	74,3	361	75,7
Sí	34	21,5	82	25,7	116	24,3
Total	158	100	319	100	477	100

Nota: F: frecuencia

Instrumentos

Los datos se recogieron mediante un cuestionario desarrollado a partir de la escala de Orientación Empresarial (Lee et al., 2011). Dicho cuestionario fue validado en su versión española por Boada-Grau et al. (2016) que es la aplicada en esta investigación y consta de 12 ítems divididos en 4 dimensiones: 1) Autonomía: “está relacionada con el rechazo al apoyo paterno y familiar, la actitud positiva ante los problemas, la autosuficiencia para afrontar los retos y la aportación de recursos propios para poner en marcha una aventura empresarial” (Boada-Grau et al., 2016, p. 5); 2) Innovación: “tiene que ver con aspectos como disfrutar trabajando con cosas nuevas, tener ideas innovadoras y hacer predicciones de futuro” (Boada-Grau et al., 2016, p. 5); 3) Asunción de riesgos: “tiene que ver con el afrontamiento de dificultades y el interés por crear y fundar una empresa propia” (Boada-Grau et al., 2016, p. 5); Agresividad Competitiva: “está relacionada con la convicción de que se tendrá éxito en la creación de una empresa y con perseverar a pesar de los fracasos anteriores” (Boada-Grau et al., 2016, p. 5). Cada uno de los ítems fueron medidos en una escala Likert de 1-7 puntos donde (1, Totalmente en desacuerdo, 4 Neutral, 7 Totalmente de acuerdo). De acuerdo con la clasificación de George y Mallery (2009), la Tabla 2 muestra que el cuestionario demostró un alto nivel de fiabilidad global (alfa de Cronbach (α Cronbach) = .847 (.85-.89), ω = .846). El análisis por dimensiones reveló que las escalas fueron como mínimo aceptables, y en su mayoría excelentes. Las 4 subescalas: 1). - Autonomía (α = ,56, ω = ,565); 2). - Innovación (α = ,78, ω = ,78); 3.- Asunción de riesgos (α = ,72, ω = ,75) y 4). - Agresividad Competitiva (α = ,75, ω = ,76). Adicionalmente, apoyados en Boada-Grau et al. (2016) se utilizaron preguntas asociadas a rasgos sociodemográficos como la edad, género, área de conocimiento y a la realización de experiencias emprendedoras.

Tabla 2. Análisis de fiabilidad del cuestionario

Dimensiones OE / Ítems	Hombre		Mujer		Total	
	α	ω	α	ω	α	ω
¿Cuánto de acuerdo o en desacuerdo estás con....?						
Autonomía						
1.- No quiero recibir ningún apoyo financiero de mis padres, familia, etc., porque ya soy adulto/a						
2.- Siempre soy positivo/a sobre los problemas que surgen en mi vida, y los resuelvo yo mismo/a	,629	,638	,518	,522	,560	,565
3.- Si creo una empresa, puedo aportar mis propios fondos y los recursos humanos						
Innovación						

4.- Disfruto trabajando en cosas nuevas, por lo que normalmente estoy al día sobre tendencias y modas	
5.- Suelo tener ideas progresistas e innovadoras, más que ideas conservadoras	,833 ,835 ,75 ,751 ,779 ,780
6.- Me gusta hablar sobre el futuro y, cuando lo hago, puedo convencer a mis amigos para que estén de acuerdo con mis predicciones	
<hr/>	
Asunción de Riesgos	
7.- Prefiero vivir una vida difícil a una vida cómoda, aunque sé que tendrá que afrontar muchas dificultades	
8.- Me interesa más crear mi propia empresa que conseguir un trabajo	,769 ,794 ,68 ,71 ,717 ,747
9.- Creo que fundar una empresa es el único modo de tener éxito en la vida	
<hr/>	
Agresividad Competitiva	
10.- Si tuviera que crear una nueva empresa, estoy convencido/a de que tendría éxito y generaría beneficios	
11.- Aunque la gente rechace de plano mis peticiones, persisto sin importarme lo que piensen	,762 ,768 ,74 ,76 ,750 ,764
12.- Aunque cree nuevas empresas y fracase muchas veces, seguiré intentándolo hasta tener éxito	

Nota: α : Alfa de Cronbach; ω : Omega de McDonald

Análisis de los datos

El análisis cuantitativo se realiza con el programa estadístico SPSS versión 28 y los tamaños de los efectos se calculan con el software G*Power 3.1.9.7. Inicialmente, se evaluó la distribución de los datos a través de la Prueba de Kolmogorov-Smirnov para muestras independientes, revelando no normalidad ($p < .05$) para las dimensiones de la orientación emprendedora: autonomía y asunción de riesgos. Por otra parte, las dimensiones innovación y competitividad agresiva, presentaron una distribución normal ($p > .05$) al igual que la variable que representa el emprendimiento (media de las dimensiones OE).

Posteriormente, se realizaron análisis descriptivos, comparativos e inferenciales de las variables y sus dimensiones en función del género. Para ello, se consideró la variable independiente el indicador de género y cuatro variables dependientes asociadas a las dimensiones de la OE.

Para las comparaciones de muestras independientes que no seguían una distribución normal, se empleó el estadístico U de Mann-Whitney, de modo que las interpretaciones se basaron en las puntuaciones medias de los rangos. Para aquellas muestras independientes por género que sí presentaron una distribución normal, se utilizó la prueba T-test.

Se calculó el tamaño del efecto (g Hedges) para la U de Mann-Whitney, con la siguiente interpretación: pequeño (g Hedges $\geq 0,10$), medio (g Hedges $\geq 0,30$) y grande (g Hedges $\geq 0,50$) (Hedges, 1981). El tamaño del efecto de la prueba t se calculó a través del coeficiente (d Cohen), y su interpretación: pequeño ($d = 0,20$), mediano ($d = 0,50$) y grande ($d = 0,80$) (Cohen, 1988; Navarro, 2015). Además, la significación estadística se determinó mediante valores de $p < 0,05$.

RESULTADOS

Análisis descriptivo

A continuación, se analizan los resultados en los 12 ítems que conforman las dimensiones de OE: autonomía, innovación, agresividad competitiva y asunción de riesgos.

En la dimensión autonomía (Figura 1), los hombres presentan mayores puntuaciones que las mujeres en su percepción sobre la autonomía. La pregunta correspondiente a ser positivo sobre los problemas y resolverlos por uno mismo, fue la más valorada por ambos géneros. En cambio, el resto de los ítems mostraron posiciones con tendencias neutras en ambos géneros.

La pregunta asociada a no querer recibir apoyo financiero fue la menos valorada en esta dimensión. A su vez, fue la que menos diferencia mostró en las valoraciones entre hombres y mujeres. Por último, la pregunta relacionada con la disposición de fondos y recursos para la creación de una empresa ha sido la que mostró mayores diferencias entre hombres y mujeres.

Figura 1: Dimensión autonomía percibida por género



En relación con la dimensión innovación (Figura 2), los resultados revelan que es la única dimensión de la OE en que las mujeres igualan o superan las valoraciones de los hombres con puntuaciones entre 4,9 y 5,2 de 7 puntos. La mayor diferencia de valoración por género se observa en la pregunta relacionada con tener ideas progresistas e innovadoras frente a las conservadoras. Sin embargo, tanto los hombres como las mujeres se mostraron inclinados a reconocer que les gusta hablar sobre el futuro y conseguir convencer a sus amistades sobre sus predicciones. Además, de disfrutar trabajando en cosas nuevas y a estar al día en tendencias y modas.

Figura 2: Dimensión innovación percibida por género



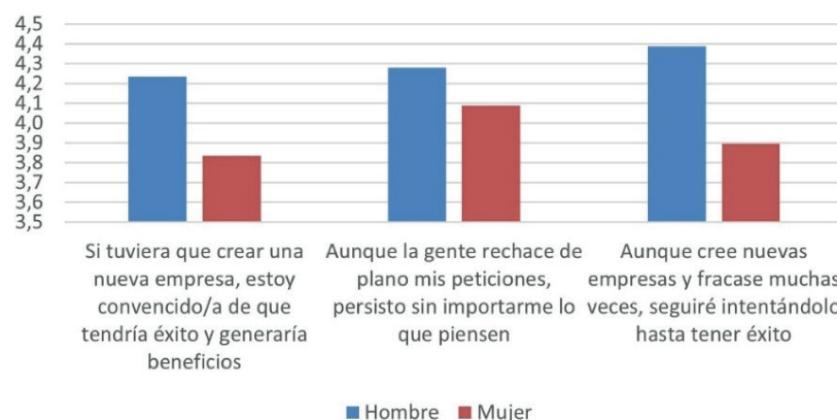
Por otra parte, en la Figura 3 se muestra como en la dimensión asunción de riesgos, los hombres mostraron una leve propensión a asumir riesgos frente a las mujeres. Sin embargo, ambos géneros se mostraron neutros en optar por vivir una vida difícil afrontando dificultades. Además, los hombres se inclinaron algo más en estar neutros al interesarse por crear su propia empresa antes de conseguir un trabajo, mientras que las mujeres se mostraron más en desacuerdo. Por otra parte, ambos géneros coinciden en estar en desacuerdo, aunque las mujeres más que los hombres, en la consideración de que la única forma de tener éxito en la vida es a través de la creación de una empresa. La mayor diferencia entre ambos géneros se observa en el interés por la creación de una empresa propia en lugar de trabajar para otra.

Figura 3: Dimensión asunción de riesgos percibida por género



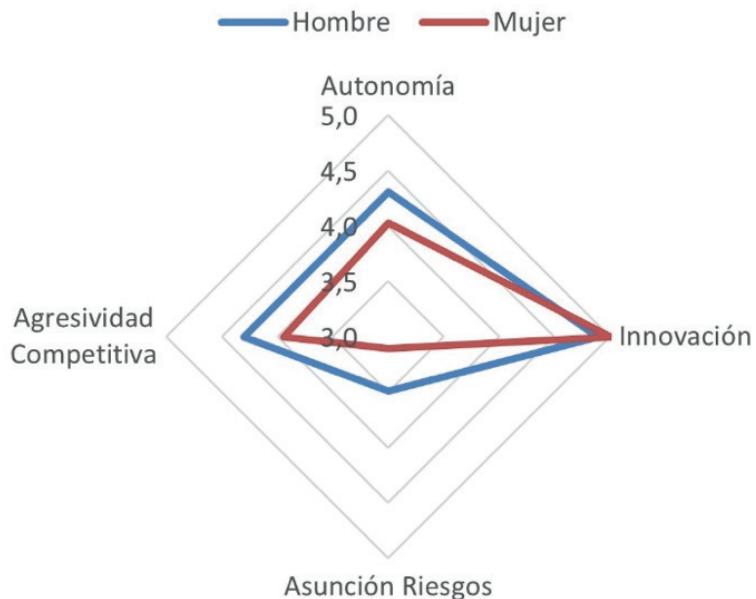
En relación con la dimensión agresividad competitiva (Figura 4), los hombres se perciben más competitivos que las mujeres en todas las preguntas con valoraciones por encima de 4,2 puntos de 7. Las mujeres, en cambio ofrecen puntuaciones menores entre 3,8 y 4,1. La idea de crear empresas y seguir intentándolo hasta obtener éxito es la más valorada por los hombres, seguido de mostrarse persistentes ante el rechazo de sus peticiones. Sin embargo, las mujeres valoran más la insistencia en sus peticiones, aunque no sean aceptadas. Las mayores diferencias entre hombres y mujeres se obtienen en la constancia frente a la creación de empresas y en la convicción de conseguir beneficios y tener éxito con la creación de una empresa.

Figura 4: Dimensión agresividad competitiva percibida por género



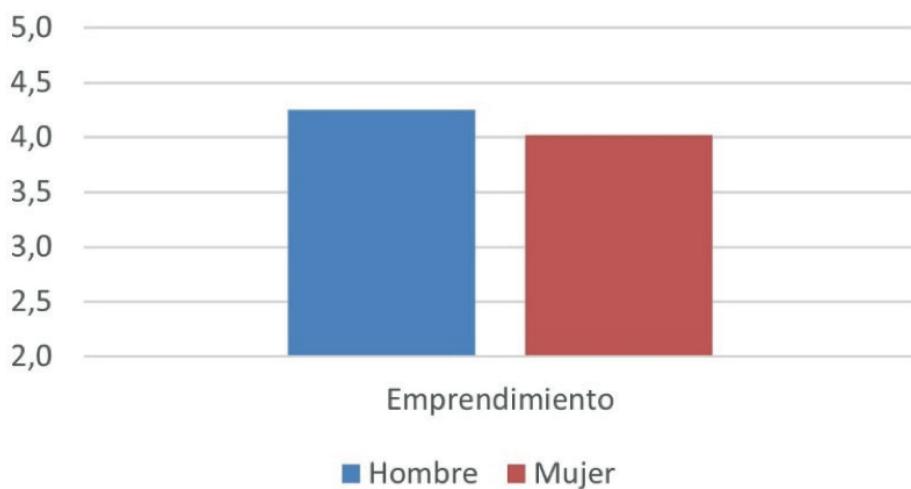
Según el análisis de las cuatro dimensiones que conforman la OE, en la Figura 5 se observa que los hombres presentan mayores puntuaciones que las mujeres en su percepción sobre la autonomía, la agresividad competitiva y la asunción de riesgos. Sin embargo, las mujeres se perciben más innovadoras que los hombres, alcanzando 5 puntos de 7 en la dimensión de innovación. Las dimensiones más valoradas por ambos géneros se corresponden con la innovación, seguida de la autonomía y la agresividad competitiva. En cambio, la dimensión asunción de riesgos fue la menos valorada, mostrando puntuaciones cercanas a los 3 puntos tanto en hombres como en mujeres.

Figura 5: Orientación emprendedora percibida por dimensiones y género



Finalmente, según los resultados que se muestran en la Figura 6, los hombres alcanzan mayor orientación emprendedora que las mujeres por una leve diferencia. Con el objetivo de contrastar si estas diferencias son significativas, tanto en la orientación emprendedora, como en las cuatro dimensiones que la conforman, se desarrolla el contraste de hipótesis a continuación.

Figura 6: Orientación emprendedora percibida por género



Contrastes de hipótesis

En la Tabla 3 se puede observar como el género mostró diferencias estadísticamente significativas en la OE, donde las puntuaciones de los hombres ($M=4,25$; $DE=1,09$) fueron mayores que la de las mujeres ($M=4,02$; $DE=0,96$) $t(475)= 2,301$; $p=.011$; $d=0,224$; con tamaño de efecto pequeño. De forma similar, el género mostró diferencias estadísticamente significativas en la dimensión agresividad competitiva de la OE, donde las puntuaciones de los hombres ($M=4,30$; $DE=1,37$) fueron más altas que la de las mujeres ($M=3,94$; $DE=1,37$) $t(475)= 2,700$; $p=.004$; $d=0,2623$ con tamaño de efecto pequeño. Sin embargo, no se encontraron diferencias significativas entre la valoración de la dimensión de innovación de las OE entre los hombres y las mujeres.

Tabla 3. Diferencias por género de la orientación emprendedora y las dimensiones innovación y agresividad competitiva

	Hombres (n=158)	Mujeres (n=319)	t	p	d Cohen
	M(DE)	M(DE)			
Emprendimiento	4,25 (1,09)	4,02 (0,96)	2,301	0,011	0,224
Innovación	4,89 (1,34)	5,01 (1,23)	-0,966	0,167	0,093
Agresividad Competitiva	4,30 (1,37)	3,94 (1,37)	2,700	0,004	0,263

Nota: n= tamaño de muestra; M= Media; DE= Desviación estándar; t= t-Test; d Cohen: tamaño de efecto

De lo previamente expuesto, se sugiere que la variabilidad de la valoración de las percepciones sobre la OE medida a través del emprendimiento y la dimensión agresividad competitiva, podrían atribuirse al género. En consecuencia, los resultados permiten aceptar la hipótesis H1 y H5, que enuncian que la OE de los hombres jóvenes es mayor que la de las mujeres jóvenes y que la dimensión agresividad competitiva de la OE es mayor en los hombres jóvenes que en las mujeres jóvenes, respectivamente. Sin embargo, al no mostrar el género diferencias significativas en la dimensión de innovación se rechaza la hipótesis H3.

Por otra parte, la Tabla 4 muestra la existencia de diferencias significativas entre los hombres y las mujeres, en cuanto a las percepciones de las dimensiones autonomía y asunción de riesgos de la OE. De forma que, las puntuaciones asignadas por los hombres con respecto a los ítems de la dimensión autonomía, (Mdna=4,33; Rango=5,67) son mayores que las de las mujeres (Mdna=4,0; Rango=6,0) U= 21.967,500; p=.022; g(Hedges)= 0,22; con tamaño de efecto mediano-pequeño. Similarmente, las puntuaciones asignadas por los hombres con respecto a los ítems de la dimensión asunción de riesgos, (Mdna=3,67; Rango=6,0) son más altas que las de las mujeres (Mdna=3,0; Rango=6,0) U= 21.513,500; p=.009; g(Hedges)= 0,30, con tamaño de efecto mediano-pequeño.

Tabla 4. Diferencias por género de las dimensiones autonomía y asunción de riesgos

	Hombres (n=158)	Mujeres (n=319)	Z	U	p	g Hedges
	Mdn (Rango)	Mdn (Rango)				
Autonomía	4,33 (5,67)	4,00 (6,00)	-2,289	21.967,500	,022	0,22
Asunción de Riesgos	3,67 (6,0)	3,0 (6,0)	-2,610	21.513,500	,009	0,30

Nota: n= tamaño de muestra; Mdn: Mediana; U= Mann-Whitney U; g Hedges: tamaño de efecto

Finalmente, los resultados indican que la variabilidad de la valoración de las percepciones sobre las dimensiones autonomía y asunción de riesgos, podrían atribuirse al género. Esto proporciona un apoyo a la aceptación de las hipótesis H2 y H4.

DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio demuestran una diferencia de género en la propensión a asumir riesgos de los estudiantes universitarios. En particular, los hombres tienen mayor propensión a asumir riesgos en cuanto a la creación de empresas. Similarmente, Sobaih y Elshaer (2022) encontraron que los estudiantes varones asumían más riesgos que las mujeres y esto tenía un efecto positivo en su intención emprendedora. Al mismo tiempo, Gurel et al. (2021) encuentran que la intención emprendedora femenina con una alta o baja propensión a tomar riesgos aumenta cuando adquieren una educación superior, sin embargo, en el género masculino la educación no influye según sus niveles de asunción al riesgo. Estos estudios ponen de manifiesto que la asunción de riesgos se

diferencia del género al igual que en este trabajo. Al contrario de Kumar et al. (2021) que no encuentra diferencias significativas entre hombres y mujeres en esta dimensión.

Este estudio refleja que las mujeres alcanzan mayores valores en la dimensión innovación coincidiendo con Sobaih y Elshaer (2022), sin embargo, las diferencias encontradas no fueron estadísticamente significativas en línea con (Belas y Sopkova, 2016; Gorostiaga et al., 2019; Kumar et al., 2021; Vankov et al., 2022).

En cuanto a la dimensión autonomía, el género mostró diferencias significativas en la OE, donde los hombres puntuaron mayor, aunque con un tamaño de efecto mediano-pequeño. En línea con el planteamiento de Vankov et al. (2022) que argumenta que los jóvenes son más propensos a considerar el emprendimiento cuando se sienten confiados en sus habilidades para innovar. A pesar de que estos autores no encuentran diferencias entre género y su intención emprendedora. Contrariamente, Kumar et al. (2021) si encuentra diferencias por género y mayor autonomía en las mujeres.

Relacionado con la agresividad competitiva, el género mostró diferencias y las puntuaciones de los hombres fueron mayores que en las mujeres, al igual que otros estudios (Gorostiaga et al., 2019, 2023; Kljucnikov et al., 2016; Liu et al., 2020) y contrariamente a investigaciones donde no se halla relación significativa entre competitividad y la OE (Al-Mamary y Alshallaqi, 2022; Belas y Sopkova, 2016).

Finalmente, de manera general, el género muestra diferencias estadísticamente significativas en la OE, donde las puntuaciones de los hombres fueron mayores que las de las mujeres. Coinciendo con autores como Dheer et al. (2019); GEM (2023); Kumar et al. (2021). Dheer et al. (2019) argumentan que el emprendimiento es mayor cuando existen en las sociedades valores masculinos fuertemente arraigados. Por otra parte, Liu et al. (2020) plantea que la educación emprendedora impacta positivamente a las mujeres y su tendencia emprendedora, en cambio, Vankov et al. (2022) no encuentra en jóvenes diferencias entre género y la intención emprendedora en general.

CONCLUSIONES

La investigación revela que la variabilidad en la valoración de las dimensiones de la Orientación emprendedora se atribuye al género de los estudiantes universitarios. Concretamente, se encuentran diferencias en la dimensión autonomía, la asunción de riesgos, la agresividad competitiva entre hombres y mujeres.

En primer lugar, se encuentra que, los hombres se inclinan más a asumir riesgos que las mujeres cuando consideran la creación de un futuro negocio; en segundo lugar, los hombres se perciben más autónomos para emprender que las mujeres; en tercer lugar, los hombres muestran mayor agresividad competitiva que las mujeres cuando tienen en cuenta la fundación de su empresa. Por otro lado, a pesar de que los hombres presentan mayores puntuaciones en autonomía, asunción de riesgos y agresividad competitiva, también se obtiene que las mujeres se muestran más innovadoras que los hombres, sin embargo, estas diferencias no son estadísticamente significativas.

Por último, el emprendimiento juvenil cobra especial relevancia, al ser los jóvenes los futuros creadores de empresas en las sociedades. Conocer lo que caracteriza al emprendedor desde la perspectiva de género, puede contribuir al mejor ajuste de la formación emprendedora, a tomar en cuenta el género en los diseños de los planes de emprendimiento estatales, por lo tanto, contribuir a la mejora del emprendimiento de un país desde edades más tempranas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Al-Mamary, Y. H., y Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100239. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100239>
- Avnimelech, G., y Zelekha, Y. (2023). Religion and the gender gap in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(2). <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00855-4>
- Belas, J., y Sopkova, G. (2016). A model of entrepreneurial orientation. *Transformations in Business and Economics*, 15(2B), 630-644.
- Boada-Grau, J., Sánchez-García, J. C., Viardot, E., Boada-Cuerva, M., y Vigil-Colet, A. (2016). Entrepreneurial Orientation Scale: Adaptation to Spanish. *The Spanish Journal of Psychology*, 19, E47. <https://doi.org/10.1017/sjp.2016.19>
- Clark, D. R., Piddock, R. J., Lumpkin, G. T., y Covin, J. G. (2023). Is It Okay to Study Entrepreneurial Orientation (EO) at the Individual Level? Yes! *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587231178885>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Dheer, R. J. S., Li, M., y Treviño, L. J. (2019). An integrative approach to the gender gap in entrepreneurship across nations. *Journal of World Business*, 54(6), 101004. <https://doi.org/10.1016/J.JWB.2019.101004>
- GEM. (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a “New Normal”. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- George, D., y Mallory, P. (2009). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Study Guide and Reference*, 17.0 Update. En GEN, Boston, MA: Pearson Education, Inc (10th ed.). Allyn & Bacon.
- Gorostiaga, A., Aliri, J., Balluerka, N., y Lameirinhas, J. (2023). Evaluación de la orientación emprendedora y su relación con el género y el rendimiento académico. *Educación XXI*, 26(2), 323-350. <https://doi.org/10.5944/educxx1.32994>
- Gorostiaga, A., Aliri, J., Ulacia, I., Soroa, G., Balluerka, N., Aritzeta, A., y Muela, A. (2019). Assessment of entrepreneurial orientation in vocational training students: Development of a new scale and relationships with self-efficacy and personal initiative. *Frontiers in Psychology*, 10(MAY). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01125>
- Gurel, E., Madanoglu, M., y Altinay, L. (2021). Gender, risk-taking and entrepreneurial intentions: assessing the impact of higher education longitudinally. *Education and Training*, 63(5). <https://doi.org/10.1108/ET-08-2019-0190>
- Kerlinger, F., y Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento. *Métodos de investigación en ciencias sociales*. En *Investigación del comportamiento*. (pp. 21-33). <https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>
- Ključnikov, A., Belas, J., y Smrcka, L. (2016). The role of risk-taking and competitive aggressiveness in management of SMEs. *Polish Journal of Management Studies*, 14(1), 129-139.
- Kumar, S., Paray, Z. A., y Dwivedi, A. K. (2021). Student's entrepreneurial orientation and intentions: A study across gender, academic background, and regions. *Higher Education, Skills and Work-based Learning*, 11(1). <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2019-0009>
- Laguna-Sánchez, P., Abad, P., de la Fuente-Cabrero, C., y Calero, R. (2020). A university training programme for acquiring entrepreneurial and transversal employability skills, a students' assessment. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su12030796>

Lee, S. M., Lim, S., y Pathak, R. D. (2011). Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 1-15. <https://doi.org/10.1007/s11365-009-0117-4>

Liñán, F., y Jaén, I. (2022). The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: some reflections. *International Journal of Emerging Markets*, 17(5), 1165-1174. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2020-0491>

Liu, T., Walley, K., Pugh, G., y Adkins, P. (2020). Entrepreneurship education in China. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(2), 305-326. <https://doi.org/10.1108/JEEE-01-2019-0006>

Lumpkin, G. T., y Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135. <https://doi.org/10.2307/258632>

Navarro, D. J. (2015). Learning statistics with R: A tutorial for psychology students and other beginners (Version 0.5)[Lecture notes]. En School of Psychology, University of Adelaide, Adelaide, Australia. School of Psychology, University of Adelaide.

Neill, D., y Cortez, L. (2017). Procesos y fundamentos de la investigación científica. En *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9). <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigación cuantitativa y cualitativa.pdf>

OECD/European Commission. (2021). The Missing Entrepreneurs 2021. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>

Sobaih, A. E. E., y Elshaer, I. A. (2022). Structural Equation Modeling-Based Multi-Group Analysis: Examining the Role of Gender in the Link between Entrepreneurship Orientation and Entrepreneurial Intention. *Mathematics*, 10(20). <https://doi.org/10.3390/math10203719>

Vankov, D., Kozma, D., Galanternik, M., Chiers, J., Vankov, B., y Wang, L. (2022). Understanding the predictors of entrepreneurial intentions of young people from Argentina, Belgium, Bulgaria, China, and Romania. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(3). [https://doi.org/10.9770/jesi.2022.9.3\(23\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2022.9.3(23))