

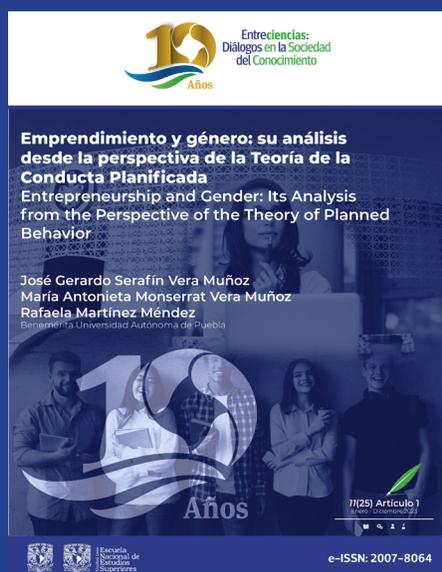


Entreciencias:
Diálogos en la Sociedad
del Conocimiento

Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento

Año 11, Número 25, Artículo 1: 1-18. Enero - Diciembre 2023
e-ISSN: 2007-8064

<http://revistas.unam.mx/index.php/entreciencias>



Emprendimiento y género: su análisis desde la perspectiva de la Teoría de la Conducta Planificada

Entrepreneurship and Gender: Its Analysis from the Perspective of the Theory of Planned Behavior

DOI: 10.22201/enesl.20078064e.2023.25.83060
e25.83060

José Gerardo Serafín Vera Muñoz^{a*}
<https://orcid.org/0000-0002-9934-6276>
María Antonieta Monserrat Vera Muñoz^{b*}
<https://orcid.org/0000-0003-1940-5326>
Rafaela Martínez Méndez^{c*}
<https://orcid.org/0000-0002-1878-1891>

Fecha de recepción: 6 de julio de 2022.
Fecha de aceptación: 2 de febrero de 2023.
Fecha de publicación: 23 de febrero de 2023.

^aAutor de correspondencia
gerardo.vera@correo.buap.mx

^{*}Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos aquí publicados siempre y cuando se cite la fuente completa y la dirección electrónica de la publicación.
CC-BY-NC-ND



RESUMEN

Objetivo: analizar si entre los estudiantes de educación superior existe un impacto relevante en la intención emprendedora que sea atribuible a la diferencia de género, aplicando el modelo de la Teoría de la Conducta Planificada modificado por Vamvaka *et al.* (2020).

Diseño metodológico: se tomó una muestra a un grupo de estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública (FCP) de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), con estos datos se realizó un análisis descriptivo que se complementó con una prueba de hipótesis para muestras apareadas.

Resultados: a nivel descriptivo, el promedio de los estudiantes fue superior al promedio de las estudiantes en cada una de las variables del modelo de Vamvaka *et al.* (2020). Sin embargo, las pruebas de hipótesis arrojaron que únicamente en la variable control conductual percibido, se encontró evidencia estadística significativa para suponer que los promedios de los estudiantes varones son superiores a los promedios de las estudiantes mujeres.

Limitaciones: el tamaño de la muestra de 70 estudiantes; sólo se incluyeron estudiantes de las licenciaturas que se ofertan en la FCP de la BUAP.

Hallazgos: la diferencia de género únicamente resultó relevante en el control conductual percibido y no tuvo un efecto significativo en la actitud y en la intención emprendedora. Los puntajes mayores y menores tanto de las estudiantes como de los estudiantes se obtuvieron para la variable actitud y la variable intención respectivamente, lo que permite suponer que existe una percepción agradable y optimista por la actividad emprendedora, pero escaso interés y compromiso con su ejecución.

Palabras clave: emprendimiento, género, modelo de intención.

ABSTRACT

Purpose: To analyze whether there is a relevant impact on entrepreneurial intention that is attributable to gender difference among students of higher education by applying the Theory of Planned Behavior model modified by Vamvaka, *et al.* (2020).

Methodological design: A sample of students from the Faculty of Public Accounting (FCP in its Spanish Acronym) at Benemerita Universidad Autonoma de Puebla (BUAP in its Spanish Acronym) was utilized and a descriptive analysis, complemented with a hypothesis test for paired samples, was carried out with the data collected.

Results: At the descriptive level, the averages of the male students were higher than the averages of the female students in each of the variables of the Vamvaka *et al.* model (2020); however, the hypothesis tests showed that only in the perceived behavioral control variable, significant statistical evidence was found to suppose that the averages of male students are higher than the averages of female students.

Limitations: The sample size of 70 students was deemed a limitation as well as only including students from the undergraduate degrees that are offered in the FCP at BUAP.

Findings: Gender difference was only relevant in perceived behavioral control and did not have a significant effect on attitude and on entrepreneurial intention. The highest and lowest scores for both female and male students were obtained for the attitude variable and the intention variable respectively, which suggests that there is a pleasant and optimistic perception of entrepreneurial activity but scarce interest and commitment to execute it.

Keywords: entrepreneurship, gender, intention model.

INTRODUCCIÓN

Es posible suponer que el emprendimiento ha sido una actividad relevante desde siempre, la relación de la figura emprendedora con el conquistador de territorios inexplorados, el héroe solitario o el patriarca (Bruni, Gherardi y Poggio, 2004), le dio enorme relevancia y, al mismo tiempo, la invistió de una naturaleza esencialmente masculina. Asimismo, Audretsch *et al.* (2009); Stoica, Roman y Rusu (2020), mencionan que a lo largo de los años, los académicos han establecido una relación significativa entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico. Sin embargo, no es sino hasta este siglo XXI, cuando el emprendimiento empezó a llamar asombrosamente la atención tanto de investigadores como de gobernantes.

Este auge del emprendimiento posiblemente encuentre su justificación a partir del momento en que la empresa se convierte en una suerte de metadiscurso, a través del cual se piensa el orden social y la justicia, la libertad y la igualdad, llevando los valores empresariales a un peldaño desde el que se analiza cualquier tipo de problema, la base sobre la que se construye el crecimiento económico, la innovación y la competitividad, así como, la herramienta principal para la lucha contra el desempleo y la exclusión social, el estancamiento económico y la desigualdad (Serrano y Carretero, 2021). A lo mencionado anteriormente, hay que agregar los numerosos estudios sobre emprendimiento realizados en las primeras dos décadas de este siglo XXI (Amofah y Saladrigues, 2022), que han encontrado evidencias de que el emprendimiento puede convertirse en una sólida alternativa contra el desempleo y en potenciador del crecimiento económico.

En este orden de ideas, tanto en Europa, como en Asia y América, el espíritu empresarial ocupa un lugar primordial en instituciones de gobierno y de educación superior, y se ha constituido como pilar esencial de sus proyectos económicos y sociales (Serrano y Carretero, 2021). En el continente europeo, la iniciativa de la Comisión Europea para promover el emprendimiento tiene como objetivo reavivar la actividad empresarial de Europa educando a los jóvenes sobre el espíritu empresarial (Amofah y Saladrigues, 2022). En América, investigaciones como la de Kantis, Federico e Ibarra (2015); Schmidt *et al.* (2022); entre otras, subrayan la importancia del emprendimiento como fuente de crecimiento y desarrollo

para la creación de empleos de calidad y su potencial para diversificar la estructura productiva de la región. En cuanto a Asia, Yukongdi y Lopa (2017), reconocen la importancia del emprendimiento para dinamizar la economía, sin embargo, mencionan la relevancia de tomar en cuenta los factores contextuales al momento de promoverlo entre los jóvenes universitarios, así como proponer un emprendimiento con enfoque más social sustentado en valores de desarrollo sostenible (Nga y Shamuganathan, 2010).

Para el caso específico de México, de acuerdo a Montiel y Calderón (2020), el emprendimiento como tema de investigación inicia en 2008; enfocándose la mayoría en la dimensión económica y educativa principalmente; con muy pocos estudios sobre el papel de las mujeres en el ecosistema emprendedor de México. En los años recientes, algunos de los estudios más relevantes, ciertamente, han seguido sobre todo la dimensión educativa, tal es el caso de las investigaciones de Herrera, Guerrero y Urbano (2018); Maldonado, Caballero y Ruvalcaba (2019); Contreras y González (2019); Pinazo y Castelló (2020); Hernández y Pérez (2021); Sandoval y Bado (2022); que abordan temas como la participación de las instituciones de educación superior mexicanas en las actividades de innovación y emprendimiento; el fomento de una cultura de emprendimiento para la creación de *spin offs*; la influencia de variables sociodemográficas (si el estudiante trabaja o no, grado universitario y sexo) y del entorno (antecedentes de los miembros de la familia y nivel educativo de los padres) sobre la decisión de ser empresario en el futuro; la percepción de los estudiantes mexicanos sobre los medios que los obstaculizan para emprender, así como la influencia de la formación educativa emprendedora en el desarrollo de intenciones emprendedoras de los estudiantes de dirección de empresas.

Otra investigación realizada en México sobre el tema del emprendimiento que es importante mencionar, es la de Villanueva, Ángeles y Revilla (2018), quienes examinaron los emprendimientos informales para explorar la dinámica de redes y cómo afectaba el desempeño financiero y social en este tipo de emprendimientos. Finalmente, es necesario destacar que, no obstante, en los últimos años el emprendimiento femenino ha aumentado considerablemente a nivel mundial y México no es

la excepción. Sin embargo, la literatura sobre el emprendimiento femenino aún es escasa. Al respecto, se puede mencionar el trabajo de Cantú *et al.* (2018), quienes trataron de identificar cuáles son los retos y oportunidades que tienen que enfrentar las mujeres emprendedoras mexicanas. Así también, los estudios de Banchik (2019), quien centrándose en los estudios de género, entrevistó a 32 mujeres propietarias de microempresas en Zacatecas, México, y apoyada en investigaciones anteriores sugiere que los mecanismos de género y las estructuras laborales pueden posicionar a las hijas para heredar negocios o recursos relacionados con estos, como habilidades, capital financiero y bienes de sus padres.

Llama la atención que en la mayoría de las investigaciones realizadas sobre el tema del emprendimiento, la población sujeto de estudio ha estado conformada por estudiantes de las carreras de Ingeniería y Empresa, una explicación posible podría ser la suposición de un mayor interés de las y los estudiantes de las áreas mencionadas por las actividades de emprendimiento. Al respecto, un estudio reciente realizado por Silva, Fernández-Robin y Yañez (2021), apoya este supuesto. Analizaron la intención emprendedora entre estudiantes de pregrado chilenos; la muestra de 4697 elementos estuvo constituida por 30.7% de estudiantes de ingeniería (incluyó arquitectos), 24.96% de estudiantes de administración de empresas, y 12.25% de estudiantes de medicina y ciencias de la salud, es decir, se trató de una muestra muy diversa. Los resultados muestran que tanto el género como el campo influyeron significativamente en la intención emprendedora. Los hombres mostraron tener mayor intención emprendedora que las mujeres, y se observó una diferencia cuantificable en la intención emprendedora según el campo consultado. Los estudiantes pertenecientes a las carreras de Ingeniería y Administración y Negocios demostraron un mayor nivel de la intención emprendedora que los estudiantes de otras carreras.

En México, Hernández y Pérez (2021), realizaron una investigación con estudiantes del Instituto Politécnico Nacional (IPN), con el propósito de averiguar sus percepciones y miedos que los obstaculizan para emprender. La muestra realizada a los estudiantes fue muy grande (9 626 alumnos), incluyó estudiantes de bachillerato, pregrado y posgrado, así como, de diferentes áreas del conocimiento. Sin embargo, dado el propósito del estudio realizado, la relación de las variables género y área

de conocimiento con la intención emprendedora no fue tomada en cuenta.

No obstante que, en las investigaciones más recientes sobre emprendimiento entre las y los estudiantes de educación superior, el estudio de la relación intención emprendedora-género ha ido ganando terreno, los resultados no han sido concluyentes. Tratar de responder a la pregunta si el género marca una diferencia significativa respecto a la intención emprendedora se mantiene como un tema prioritario. Esta interrogante ha sido resultado de que, en general, la actividad emprendedora desde siempre ha sido estereotipada como propia de los varones (Bruni *et al.*, 2004; Gupta *et al.*, 2009). A lo que hay que sumar factores contextuales y culturales del entorno institucional, como prácticas discriminatorias que pueden inhibir la actividad empresarial de las mujeres (Thebaud, 2015).

Para indagar la intención emprendedora, uno de los modelos más utilizados ha sido el de la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991). El argumento fundamental en el que se sustentan los modelos de intención es que, gran parte de los comportamientos de trascendencia social están bajo control volitivo y, en consecuencia, son previsible desde la intención (Ajzen y Fishbein, 1980). En este sentido, autores como Autio *et al.* (2001); Krueger, Reilly y Carsrud (2000) proponen que la decisión de convertirse en empresario puede suponerse como deliberada y consciente, y que iniciar una empresa requiere de una planeación meticulosa y un proceso de pensamiento altamente intencional. Así, el dedicarse a una actividad emprendedora se ha considerado como un caso de conducta intencional planificada y, por ello, factible de abordarse a través de los modelos de intención (Autio *et al.*, 2001; Krueger *et al.*, 2000; Shapero y Sokol, 1982).

De acuerdo a lo mencionado, el objetivo de esta investigación es analizar si entre los estudiantes de educación superior existe un impacto relevante en la intención emprendedora que sea atribuible a la diferencia de género, aplicando el modelo de la Teoría de la Conducta Planificada modificado por Vamvaka *et al.* (2020). Nuestra pregunta central de investigación es ¿qué impacto tiene la diferencia de género en la intención emprendedora entre los estudiantes de educación superior?

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Emprendimiento y género

Cada vez hay más investigaciones que dan cuenta de la trascendencia que el emprendimiento tiene para la economía de cualquier país o región. De acuerdo a Ahmad y Xavier (2012), la actividad emprendedora se ha consolidado como la fuerza económica más influyente en los años recientes, sobre todo, desde el momento en que al emprendimiento se le consideró como *la panacea al problema del desempleo*. De manera insistente gobiernos e instituciones de educación superior iniciaron una promoción del emprendimiento en prácticamente toda la comunidad estudiantil, aunque en la mayoría de los casos no se obtuvieron los resultados deseados como consecuencia de algunas fallas que, desde su génesis, han acompañado al tema del emprendimiento.

Tal vez, uno de los errores más graves que se han cometido, es el suponer que el espíritu emprendedor se fundamenta en un modelo de racionalidad económica supuestamente universal y sin género, cuando en realidad, el emprendimiento se equipara recurrentemente con lo masculino.

Al respecto, Bruni *et al.* (2004), mencionan que:

Las características del espíritu empresarial residen en el dominio simbólico de la toma de iniciativa, el logro y el riesgo relativo. Por lo tanto, residen en el dominio simbólico de lo masculino y cuando estas mismas características se transponen al dominio simbólico de lo femenino, se vuelven inciertas (pp. 407, 408).

En este mismo orden de ideas, Serrano y Carretero (2021) comentan que el emprendimiento ha alcanzado tal relevancia en la actualidad que, además del tema económico, es también una importante referencia para abordar problemas sociales como la desigualdad de género. Sin embargo, lo más preocupante es el concepto de emprendimiento resultante, que entiende al sujeto como una suerte de superhombre, poseedor de algunos atributos psicosociales (talento, asertividad, libertad, proactividad, iniciativa); valores morales (vo-

luntad de autotransformación y autooptimización, autogestión, perseverancia, voluntad, espíritu de sacrificio, complicidad con una “cultura del exceso de trabajo”) y cualidades emocionales (pasión, coraje, autoconfianza; resiliencia); la mayoría de estas características asociadas al género masculino que interactúan con el enfoque de autoproblematización permanente que suele estar involucrado en la producción de la feminidad (Ahl, 2006; Gill, 2017; Scharff, 2016).

Por otra parte, las investigaciones sobre el efecto del género en la intención empresarial basadas principalmente en los modelos de la intención, empezaron a producir resultados aproximadamente a finales de los años 80 del siglo pasado. Tal es el caso de los hallazgos de Butner y Rosen (1988), quienes encontraron que las mujeres muestran una menor tolerancia al riesgo que implica la actividad empresarial. Otras investigaciones hallaron que las mujeres muestran menores niveles de autoeficacia asociadas con el éxito empresarial y un menor interés empresarial comparado con los hombres (Kourilsky y Walstad, 1998; Wilson, Kickul y Marlino, 2007; Minniti y Nardone, 2007; Fernández, Liñán y Santos, 2009; Silva, Fernández-Robin y Yañez, 2021). Por su parte, Menzies y Tratoff (2006), encontraron que las estudiantes mujeres difieren de los estudiantes varones en cuanto a no tener como prioridad la actividad emprendedora, debido a que el emprendimiento no se ajusta a su personalidad. A su vez, Sánchez y Fuentes (2010) encontraron que, en general, las estudiantes comparadas con los varones tienen una menor propensión a iniciar una empresa, lo que puede ser explicado por el hecho de que son más pesimistas con respecto a cómo perciben ellas las oportunidades, así como también su mayor miedo al fracaso.

Al respecto, Dabic *et al.* (2012) encontraron resultados similares, señalan que en comparación con los estudiantes varones, las estudiantes mujeres tienen una menor disposición para iniciar sus propias empresas y son menos seguras de sí mismas. Es importante agregar a esta lista de evidencias sobre las diferencias de género con relación al emprendimiento, los hallazgos de Gupta *et al.* (2009) quienes encontraron que el comportamiento empresarial está relacionado con las características del estereotipo masculino del rol del género en lugar del sexo biológico, y no encontraron ninguna diferencia significativa entre géneros respecto a la intención emprendedora. Resultados similares encontraron Çera

et al. (2018). En la misma línea, otras investigaciones sugieren que los factores perceptuales al iniciar un negocio, como la tolerancia al riesgo, la autoeficacia y conocer a otros emprendedores, no dependen del género. Se menciona que los factores perceptuales son impulsores del comportamiento empresarial para ambos géneros y dado que estos factores son subjetivos podrían estar sesgados (Arenius y Minniti, 2005). Al respecto, Vamvaka *et al.* (2020) subrayan que una posible explicación a estas inconsistencias puede deberse a que el género haya sido manejado como una variable independiente o bien como una variable moderadora.

En investigaciones más actuales, los resultados no han cambiado sustancialmente. Yukongdi y Lopa (2017), encontraron que la autonomía y la seguridad laboral son mejores predictores de la intención emprendedora para las mujeres, mientras que para los hombres la tendencia a asumir riesgos y la necesidad de logro resultaron ser los mejores predictores de la intención emprendedora. En términos generales, resultados similares encontraron Schmidt *et al.* (2022), su investigación se enfocó en aspectos como la autoeficacia, detector de oportunidades, sociabilidad, creatividad, planeación, toma de riesgos y liderazgo; se puede decir de manera muy simplificada que, sus hallazgos encontraron diferencias significativas que favorecen a los hombres con relación a la intención emprendedora en la toma de riesgos, en el liderazgo y en la detección de oportunidades, sin embargo, señalan la necesidad de tomar en cuenta el tema de la cultura, el contexto social e histórico para sacar conclusiones.

Sobre el aspecto cultural, hay que agregar que investigaciones como las de Hofstede (1983, 1993); Hofstede Geert, Hofstede Gert y Minkov (2010), permiten especular sobre la influencia que la cultura puede tener en la relación género-intención emprendedora. En cuanto al tema contextual, y asumiendo que el emprendimiento es, ante todo, una actividad eminentemente práctica, es pertinente subrayar la relevancia de la inteligencia práctica y del conocimiento adquirido por experiencia, ambos de acuerdo con Wagner y Sternberg (1985), son esenciales para el éxito en los negocios.

En síntesis, si bien es cierto que las evidencias indican que hay factores que favorecen una mayor propensión de los hombres hacia la intención emprendedora, estos resultados están rodeados de un conjunto de factores como el estereotipo masculino del rol de género (Gupta *et al.*, 2009; Çera *et al.*, 2018), así como aspectos cultura-

les (Thornton, Ribeiro-Soriano y Urbano, 2011), históricos y contextuales (Schmidt *et al.*, 2022) que es necesario tener presentes.

El modelo de la Teoría de la Conducta Planificada

Para estudiar la actividad emprendedora, esencialmente se han utilizado tres tipos de modelos: los modelos de los rasgos de la personalidad, los modelos situacionales y los modelos de emprendimiento basados en la intención (Botsaris y Vamvaka, 2012). Siguiendo una suerte de orden cronológico, en un primer momento se utilizaron los modelos enfocados en la personalidad y, posteriormente, los modelos centrados en los factores demográficos y situacionales, sin embargo, las fallas de estos modelos para predecir significativamente la actividad emprendedora dieron lugar al surgimiento de los modelos de intención emprendedora (Hindle *et al.*, 2009; Krueger *et al.*, 2000). Uno de los modelos de intención emprendedora que ha tenido más seguidores es el de la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1985), debido a su eficacia para develar los factores que definen la capacidad emprendedora de un individuo. En Europa y Asia algunas investigaciones que han aplicado el modelo mencionado son las de Liñán y Chen (2009); Dabic *et al.* (2012); Yukongdi y Lopa (2017). Por su parte, Silveira, Santino y Magalhaes (2017); Laguía *et al.* (2017); Gálvez, Guauña y Ravina (2020), han hecho algo similar en América Latina; en el caso de México, fue llevado a cabo por Picazo, Ramírez y Luna (2013).

En años recientes Vamvaka *et al.* (2020) emplearon la Teoría de la Conducta Planificada para averiguar las diferencias relacionadas con el género en los niveles y las interrelaciones entre la actitud hacia el espíritu empresarial, el control del comportamiento percibido y la intención empresarial. Lo relevante en su trabajo fue demostrar que se obtiene un modelo más robusto, al momento en que las diferentes variables que constituyen la Teoría de la Conducta Planificada se van desagregando; la variable actitud se divide en dos subvariables: actitud instrumental y actitud afectiva; el control conductual percibido se separa en las subvariables: autoeficacia percibida y controlabilidad percibida; y la intención empresarial se bifurca en tres subvariables: intención de elección, compromiso con la carrera emprendedora y emprendimiento naciente.

Actitud hacia el emprendimiento

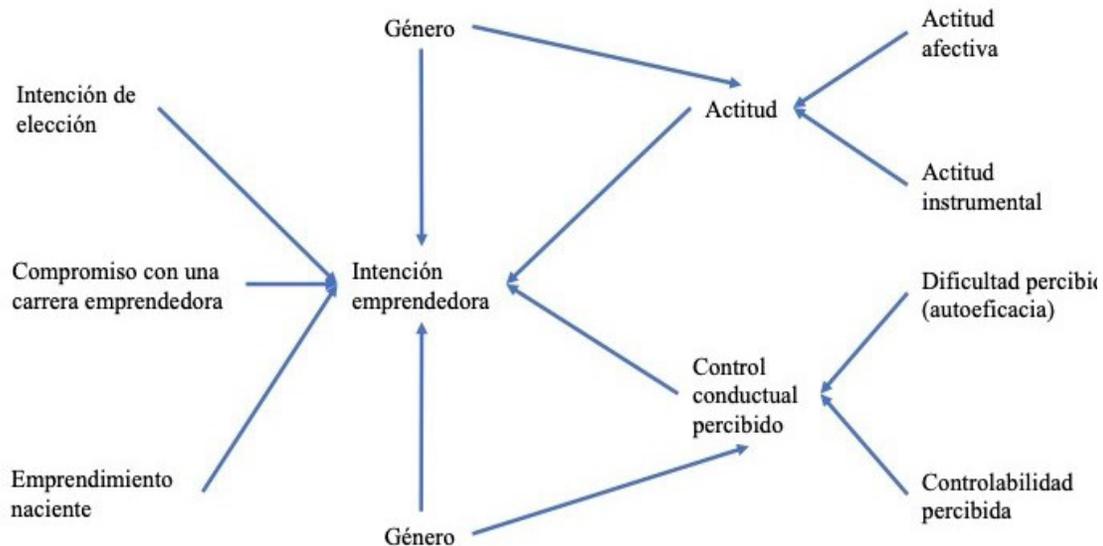
Es una de las variables esenciales en el modelo de Ajzen (1991). Es entendida como la medida en que una persona realiza una evaluación positiva o negativa del comportamiento en cuestión. En este trabajo, esto se refiere a cómo piensa y siente un estudiante sobre la intención emprendedora. Las actitudes conductuales se pueden desglosar en afectivas e instrumentales. La actitud afectiva se manifiesta al momento en que una persona percibe que el comportamiento es agradable o no. Mientras que, la actitud instrumental, se refiere a si el comportamiento es favorable o nocivo. La actitud hacia el comportamiento (emprendimiento) es un componente importante en la percepción de deseabilidad que afecta la intención emprendedora. De acuerdo con Santos, Roomi y Liñán (2016), y Liñán *et al.* (2011), la actitud hacia el emprendimiento tiene un impacto positivo en la intención emprendedora.

Control conductual percibido

Otra de las variables sustanciales en el modelo de Ajzen (1991), es el control conductual percibido, inicialmente se conceptualizaba como un constructo unidimensional,

equivalente a la autoeficacia de Bandura (1982), que se puede entender como la visión de una persona en cuanto a su capacidad para llevar a cabo las tareas necesarias para enfrentar situaciones prospectivas. Sin embargo, posteriormente, Ajzen (2002), Vamvaka *et al.* (2020) y otros investigadores han demostrado que el control conductual percibido puede ser mejor analizado cuando se desglosa en autoeficacia y controlabilidad percibida. La autoeficacia incluye factores de control interno, como conocimientos y habilidades que se ponen en juego al emprender un comportamiento específico, así como la confianza en la capacidad para llevar a cabo tal comportamiento. Y la controlabilidad percibida, se refiere a factores de control externos, como recursos, oportunidades y obstáculos potenciales, y manifiesta la percepción que se tiene de que la realización del comportamiento depende de uno mismo. Según Santos *et al.* (2016) y Liñán *et al.* (2011), el control conductual percibido tiene un impacto positivo en la intención emprendedora. En general, cuanto más favorable sea la actitud y mayor el control percibido, más fuerte debería ser la intención del individuo de realizar la conducta en cuestión (Bosnjak, Ajzen, y Schmidt, 2020).

Figura 1. Modelo para el análisis de la intención emprendedora (integra la propuesta de Ajzen y Vamvaka *et al.*)



Fuente: elaboración propia con datos de la investigación documental.

Intención emprendedora

En cuanto a la intención emprendedora hay opiniones diversas, sin embargo, siguiendo a Thompson (2009), puede ser entendida como un camino que se extiende a lo largo de un continuo nomológico, que inicia por la preferencia para trabajar por cuenta propia, también entendido como preferencia por el espíritu empresarial o intención de elección, continuando con el compromiso por una carrera empresarial y que finaliza con el emprendimiento naciente o espíritu empresarial incipiente. Todos ellos elementos necesarios para poder ascender a lo que se ha llamado “la escalera empresarial” (Van Der Zwan, Thurik y Grilo, 2010). La figura 1, esquematiza las principales variables del modelo de Ajzen (1985, 1991, 2002), de la propuesta de Vamvaka *et al.* (2020), así como la supuesta mediación del género en la actitud, el control conductual percibido y la intención emprendedora.

Es necesario subrayar que en esta investigación no se incluyó la norma subjetiva. Una de las razones principales fue aplicar sin ningún tipo de variación la propuesta de Vamvaka *et al.* (2020), a una muestra de estudiantes mexicanos. Asimismo, algunos estudios han encontrado que, si bien es cierto, la norma subjetiva influye en la actitud y en el control conductual percibido, y solo tiene una influencia indirecta en la intención emprendedora (Scherer *et al.*, 1989; Matthews y Moser, 1995; Trivedi, 2016, 2017).

METODOLOGÍA

Atendiendo al objetivo de este trabajo, que consiste en averiguar si el género tiene un efecto significativo en la intención emprendedora, se tomó una muestra aleatoria de 70 estudiantes universitarios mexicanos. La muestra se recolectó entre los alumnos y alumnas de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), institución pública mexicana y catalogada como una de las macro universidades más importantes del país. De acuerdo al Anuario Estadístico BUAP 2019-2020, la Facultad de Contaduría Pública alberga una de las poblaciones más grandes de la institución, con un total de 5258 estudiantes. Se ofertan las Licenciaturas en Contaduría Pública (LCP), en Administración y Dirección de PyMES (LADPYMES), en Contaduría y Finanzas Públicas (LCYFP) y en Dirección

Financiera (LDF).

La decisión de haber incluido en la muestra únicamente estudiantes de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y de la Facultad de Contaduría Pública se debió a la situación de pandemia por COVID 19. El trabajo de campo se realizó en la primavera del año 2021, durante este periodo, las actividades presenciales en su mayoría fueron suspendidas, por lo que solo fue posible aplicar los cuestionarios con aquellos estudiantes con los que se mantenía contacto a distancia, a través de correo electrónico, WhatsApp o alguna plataforma como TEAMS o Google Classroom. Esta circunstancia limitó el universo posible de estudiantes a aquellos grupos atendidos por las profesoras y los profesores que participaron en la investigación. Todos ellos pertenecen a la institución referida, y tienen asignada su carga académica en la Facultad de Contaduría, esto permitió disponer de los correos electrónicos de aproximadamente 280 estudiantes para enviar los cuestionarios correspondientes a través de google forms.

El tamaño de muestra es un punto medular para una prueba de hipótesis de dos muestras: muestras dependientes (apareadas). García, Reding y López (2013) sugieren aplicar la fórmula siguiente:

$$n_c = n_e = \frac{(Z_{\alpha/2} + Z_{\beta})^2 * S^2}{d^2}$$

Donde “d” es el promedio de las diferencias individuales entre los valores basales y posteriores, S^2 es la varianza de ambas distribuciones que se suponen iguales. Mientras que $Z_{\alpha/2}$ y Z_{β} , corresponden a valores utilizados de la Distribución Normal para Z; dependen de la probabilidad de cometer un error tipo I o un error tipo II. Aplicando la fórmula de García *et al.* (2013), el tamaño de muestra que resulta es de aproximadamente 800. Un tamaño de muestra que se puede considerar como óptimo, sin embargo, debido la situación de pandemia por COVID 19 ya mencionada, no fue factible alcanzar este tamaño de muestra.

En estas condiciones, sabiendo que no había posibilidades de cumplir con lo indicado por García *et al.* (2013), se decidió tomar una muestra aleatoria de menor tamaño pero suficiente, con aquellos estudiantes que estuvieron disponibles (280), y que aportara resultados confiables. Así, el cuestionario se aplicó en el periodo de primavera

2021, con alumnos de cuarto semestre de la Licenciatura en Contaduría Pública (LCP), de tercer semestre de la Licenciatura en Dirección Financiera (LDF), y de séptimo semestre de la Licenciatura en Administración y Dirección de PyMES (LADPYMES). Las tres licenciaturas cuentan con una población de 4113 estudiantes distribuida de la siguiente manera: LCP, 3649 estudiantes; LDF, 149, y LADPYMES, modalidad escolarizada, 315 (BUAP, 2020).

Se obtuvieron 212 cuestionarios, 35 correspondieron a hombres (10 de LDF, 6 de LADPYMES y 19 de LCP), 103 correspondieron a mujeres (5 de LDF, 3 de LADPYMES y 95 de LCP), los 74 restantes al no indicar el género fueron descartados. De los 103 cuestionarios correspondientes a las mujeres, se eliminaron de manera aleatoria 68 solo de la Licenciatura en Contaduría Pública (para que las tres licenciaturas tuvieran una presencia similar y el género la misma presencia). Por lo que, la muestra final fue de 70 personas, 35 mujeres y 25 hombres, con una edad promedio de 21 años. Un tamaño de muestra ciertamente pequeño, pero, como se explicará a continuación, suficiente para aplicar las pruebas de hipótesis para muestras apareadas, donde es necesario que las muestras de ambos grupos sean iguales.

Al respecto del tamaño de muestra, Anderson, Sweeney y Williams (2008) señalan:

En la mayor parte de las aplicaciones con muestras casi del mismo tamaño y de manera que el tamaño total de la muestra, $n_1 + n_2$, sea por lo menos 20 se esperan muy buenos resultados, aun cuando las poblaciones no sean normales (p. 406).

Además, Lind, Marchal y Wathen (2012), e Infante y Zárate (1990) mencionan que, si la población se comporta de acuerdo a una distribución normal, entonces, de acuerdo con el Teorema Central del Límite, en el caso de cualquier tamaño de muestra proveniente de tal población, la distribución muestral de las medias también será de naturaleza normal. Shao (1988), refuerza las ideas anteriores sobre el tamaño de muestra, al señalar que “incluso cuando la población no está normalmente distribuida, la distribución de las medias muestrales se aproximará a una distribución normal si el tamaño de la muestra es suficientemente grande, usualmente 30 o más” (p. 337).

Levin y Rubin (2004), apoyados en el Teorema Central del Límite agregan que:

Los especialistas en estadística utilizan la distribución normal como una aproximación a la distribución de muestreo siempre que el tamaño de la muestra sea de al menos 30, pero la distribución de muestreo de la media puede ser casi normal con muestras de incluso la mitad de ese tamaño (p. 257).

En este orden de ideas, las muestras de 35 estudiantes mujeres y 35 estudiantes varones, al proceder de una población de más de 5000 estudiantes que, por su tamaño, es probable se comporte de acuerdo con una distribución normal, se puede suponer que la distribución de las medias muestrales se comporte de la misma manera y, por lo tanto, asumir que los resultados obtenidos del análisis estadístico inferencial son confiables.

Finalmente, sobre este aspecto de la metodología es pertinente aclarar que, al retomar el mismo cuestionario aplicado por Vamvaka *et al.* (2020), se adoptaron tal cual, los mismos criterios que guiaron su construcción, por ello, es posible que los resultados que se obtuvieron para la muestra de estudiantes mexicanos estén mediados por factores culturales (Thornton *et al.*, 2011), históricos y contextuales (Schmidt *et al.*, 2022). Cada uno de los ítems se midieron en una escala de Likert de 7 puntos; donde 1 equivale a *total desacuerdo*, y 7 equivale a *totalmente de acuerdo*. Así, una valoración alta en un ítem señala un alto nivel de acuerdo con la declaración; un puntaje alto en un factor indica más del constructo. Hay que agregar que el alfa de Cronbach de las siete variables y sus 28 ítems correspondientes al modelo de medición fue de 0.943 (ver tabla 1).

Con los datos del trabajo de campo, en primer lugar, se realizó un análisis descriptivo y, en segundo lugar, se llevó a cabo una prueba de hipótesis de dos muestras: muestras dependientes (apareadas). La decisión se basó en que tanto las y los estudiantes contestaron el mismo cuestionario. Se probó si la media de la distribución de las diferencias entre las respuestas dadas por las estudiantes y los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, correspondientes a cada una de las variables y subvariables en que se desglosa la Teoría de la Conducta Planificada es igual a cero (ver figura 1).

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad correspondientes a las siete variables y 28 ítems del cuestionario elaborado por Vamvaka *et al.* (2020), que se aplicó a 70 estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP en el periodo primavera 2021

		Número de elementos de la muestra	Porcentaje
Casos	Válidos	70	100
	Alpha de Cronbach	0.943	
	No. de ítems	28	

Fuente: elaboración propia con datos del trabajo de campo (abril 2021). Software IBM SPSS V.26.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Análisis Descriptivo

Tabla 2. Medias y desviaciones estándar de actitud, control conductual percibido e intención correspondientes a los estudiantes mexicanos de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP

Construc-to	Estudiantes Varones		Estudiantes Mujeres	
	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar
Actitud	6.11	1.14	6.03	1.20
Actitud instrumental	5.81	1.07	5.84	1.25
Actitud afectiva	6.31	1.15	6.16	1.16
Control conductual percibido	5.23	1.24	4.76	1.41
Dificultad percibida (autoeficacia percibida)	5.28	1.26	4.82	1.46
Controlabilidad percibida (capacidad de control percibida)	5.14	1.20	4.63	1.28
Intención	5.17	1.80	4.93	1.88
Intención de elección	5.54	1.52	5.16	1.53
Compromiso con una carrera emprendedora	5.92	1.94	5.67	1.56
Emprendimiento naciente	3.69	1.90	3.58	1.93

Fuente: resultados del trabajo de campo, abril 2021. Software IBM SPSS V.26.

Al observar la tabla 2, nos podemos dar cuenta que en

cada una de las variables y subvariables de nuestro modelo (figura 1), los puntajes de los promedios correspondientes a los alumnos son ligeramente superiores a los puntajes de los promedios de las alumnas, con excepción de la actitud instrumental, donde las mujeres tuvieron un promedio superior al de los varones.

En cuanto a las desviaciones estándar, los puntajes de los estudiantes varones son menores que los puntajes de las alumnas, con excepción de la subvariable compromiso con una carrera emprendedora. Esto indica que hay menor variación en los promedios de los alumnos, lo que sugiere respuestas más estables y más cercanas al promedio.

Iniciando con la variable actitud, se observan algunas diferencias con los resultados obtenidos por Vamvaka *et al.* (2020), de acuerdo con los datos de la tabla 2 en la variable actitud instrumental, las estudiantes obtuvieron un promedio superior al de los estudiantes, lo que se puede traducir como una percepción más favorable hacia el emprendimiento. Sin embargo, esto fue compensado con el resultado obtenido para la actitud afectiva, dando como resultado final con respecto a la variable actitud, un promedio superior de los estudiantes con respecto al de las estudiantes, lo que permite suponer de acuerdo a Santos *et al.*, 2016 y Liñán *et al.*, 2011, redituará en un impacto más positivo en la intención emprendedora de los estudiantes varones.

Continuando con el control conductual percibido, observando la tabla 2 se tiene que los promedios de los estudiantes correspondientes a la dificultad percibida, la controlabilidad percibida y en consecuencia, al control conductual percibido, son superiores a los promedios de las estudiantes, esto significa que, en general, los estudiantes tienen una percepción de mayor control sobre aspectos internos como conocimientos y habilidades que se ponen en juego al emprender un comportamiento específico, así como la confianza en la capacidad para llevar a cabo tal comportamiento. Asimismo, un mayor control sobre factores externos, como recursos, oportunidades y obstáculos potenciales, y convencimiento de que la realización del comportamiento depende de uno mismo (Ajzen, 2002).

Respecto a la intención y sus subvariables intención de elección, compromiso con una carrera emprendedora y emprendimiento naciente, una vez más los puntajes promedio de los alumnos fue mayor que los promedios

de las alumnas. Lo que se puede interpretar como una preferencia superior de los estudiantes varones para trabajar por cuenta propia, tener como una de sus principales prioridades iniciar y administrar su propia empresa y, por aprender todo lo necesario sobre como crear una empresa. Elementos necesarios, todos ellos, para poder ascender en lo que se ha denominado como la escalera empresarial (Van Der Zwan *et al.*, 2010).

Algo que llama la atención, tanto de las como de los estudiantes es que, las puntuaciones menores corresponden a la variable intención, específicamente, al emprendimiento naciente, mientras que los puntajes mayores se obtuvieron en la variable actitud, particularmente, en actitud afectiva. Esto permite especular que, si bien hay una actitud muy favorable y positiva hacia la intención emprendedora, existe un compromiso mínimo en cuanto a la parte que podríamos llamar ejecutiva de la intención emprendedora, es decir, con la creación y la puesta en marcha de la empresa.

Hasta este punto del análisis, se tiene que los resultados obtenidos en general coinciden con varias de las investigaciones sobre el análisis de la intención emprendedora a través de los modelos de intención, entre otras, con la de Vamvaka *et al.* (2020), y Silva, Fernández-Robin y Yañez (2021), donde los estudiantes varones son los que han obtenido los mayores puntajes en cada una de las variables correspondientes y, en consecuencia, una supuesta mayor propensión hacia la intención emprendedora.

Análisis Inferencial

Para verificar si hay argumentos cuantitativos necesarios y suficientes para suponer que los promedios de los estudiantes varones en cada una de las variables correspondientes al modelo de intención aplicado en este trabajo (figura 1), son realmente superiores a los promedios de las estudiantes mujeres, se realizó una prueba de hipótesis para la diferencia entre medias, para muestras apareadas dependientes con nivel de significación de 5% (prueba de dos extremos). Esta decisión se basó en que tanto la muestra de estudiantes mujeres como la muestra de estudiantes varones respondieron el mismo cuestionario. Debido a que se desconocen las variancias poblacionales, se utilizó la distribución “t” (Anderson *et al.*, 2008). Empezando con la variable actitud y las

subvariables actitud afectiva y actitud instrumental, se plantearon las hipótesis nulas siguientes:

Ho: Los puntajes promedio correspondientes a la actitud entre los y las estudiantes son iguales.

Ho. Los puntajes promedio correspondientes a la actitud instrumental entre los y las estudiantes son iguales.

Ho: Los puntajes promedio correspondientes a la actitud afectiva entre los y las estudiantes son iguales.

Tabla 3. Prueba de Hipótesis utilizando la distribución “t” para la Variable Actitud

Variable	Actitud	Valor “p”	Nivel de significancia
Subvariable	Actitud instrumental	0.6493	0.05
Subvariable	Actitud afectiva	0.9027	0.05
Subvariable	Actitud afectiva	0.4317	0.05

Nota: se rechaza Ho si el valor de “p” es menor que el nivel de significancia

Fuente: elaboración propia con datos del trabajo de campo (abril 2021). Software IBM SPSS V.26.

Apoyándonos en la tabla 3, se observa que las tres hipótesis nulas de aceptan, en los tres casos el valor de “p” es mayor que el nivel de significancia. Esto expresa que no existe evidencia estadística suficiente para suponer que los promedios de los puntajes de los estudiantes varones fueron superiores a los de las estudiantes mujeres para la actitud, la actitud instrumental y la actitud afectiva. Estos hallazgos coinciden con los resultados de Gupta *et al.* (2009), quienes no encontraron ninguna diferencia significativa entre géneros respecto a la intención emprendedora; resultados similares encontraron Çera *et al.* (2018). En síntesis, ya que la actitud es uno de los predictores más significativos de la intención empresarial (Vamvaka *et al.*, 2020), pierde fuerza la suposición de que los estudiantes varones tienen mayor propensión a participar en la actividad empresarial, al menos para las y los estudiantes de la muestra estudiada.

Continuando con el control conductual percibido, desagregado en dificultad percibida (autoeficacia) y controlabilidad percibida (figura 1), las hipótesis nulas propuestas son:

Ho: Los puntajes promedio correspondientes al control conductual percibido entre los y las estudiantes son iguales.

Ho: Los puntajes promedio correspondientes a la dificultad percibida (autoeficacia) entre los y las estudiantes son iguales.

Ho: Los puntajes promedio correspondientes a la con-

trolabilidad percibida entre los y las estudiantes son iguales.

Tabla 4. Prueba de Hipótesis utilizando la distribución “t” para la Variable Control Conductual Percibido

Variable	Control Conductual percibido	Valor “p”	Nivel de significancia
Variable	Control Conductual percibido	0.0300	0.05
Subvariable	Controlabilidad Percibida	0.0169	0.05
Subvariable	Dificultad Percibida (Autoeficacia)	0.0657	0.05

Nota: se rechaza Ho si el valor de “p” es menor que el nivel de significancia

Fuente: elaboración propia con datos del trabajo de campo (abril 2021). Software IBM SPSS V.26.

Analizando la tabla 4, podemos observar que se rechazan las hipótesis correspondientes al Control Conductual Percibido y a la Controlabilidad Percibida, esto nos lleva a concluir que existe evidencia estadística suficiente para deducir que los puntajes promedio de los estudiantes en este par de variables es superior a los puntajes promedio de las estudiantes. En otras palabras, es posible suponer que los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP tienen una mayor confianza en su capacidad para enfrentar situaciones prospectivas relacionadas con el emprendimiento, así como el control sobre aquellos factores externos que pueden incluir en la actividad emprendedora, tales como: recursos, oportunidades y obstáculos potenciales (Ajzen 2002). Esto coincide parcialmente con los resultados obtenidos por Schmidt *et al.* (2022), en aspectos como la detección de oportunidades y toma de riesgos. Una coincidencia similar se encuentra al comparar estos hallazgos con los resultados obtenidos por Sánchez y Fuentes (2010) y que se mencionaron anteriormente.

Pasando a la variable intención desglosada en las subvariables intención de elección, compromiso con la carrera emprendedora y emprendimiento naciente (figura 1), se plantearon las hipótesis nulas siguientes:

Ho: Los puntajes promedio correspondientes a la intención entre los y las estudiantes son iguales.

Ho: Los puntajes promedio correspondientes a la intención de elección entre los y las estudiantes son iguales.

Ho: Los puntajes promedio correspondientes al compromiso con la carrera emprendedora entre los y las estudiantes son iguales.

Ho: Los puntajes promedio correspondientes al em-

prendimiento naciente entre los y las estudiantes son iguales.

Tabla 5. Prueba de Hipótesis utilizando la distribución “t” para la Variable Intención

Variable	Intención	Valor “p”	Nivel de significancia
Variable	Intención	0.4527	0.05
Subvariable	Intención de elección	0.1520	0.05
Subvariable	Compromiso con una carrera emprendedora	0.3586	0.05
Subvariable	Emprendimiento Naciente	0.8107	0.05

Nota: se rechaza Ho si el valor de “p” es menor que el nivel de significancia

Fuente: elaboración propia con datos del trabajo de campo (abril 2021). Software IBM SPSS V.26.

De acuerdo con los resultados de la tabla 5 se aceptan las cuatro hipótesis nulas, es decir, no existe evidencia estadística significativa que nos conduzca a suponer que los promedios de los puntajes correspondientes a la variable intención y a las subvariables intención de elección, compromiso con una carrera emprendedora y emprendimiento naciente de los estudiantes varones sean superiores a los promedios de sus contrapartes las estudiantes mujeres de la muestra estudiada. Estos resultados coinciden con Gupta *et al.* (2009) y Çera, *et al.* (2018), quienes no encontraron ninguna diferencia significativa entre géneros respecto a la intención emprendedora.

Integrando los resultados encontrados en esta investigación sobre la actitud, el control conductual percibido y la intención, así como el papel que desempeña el género en la intención emprendedora y, apoyándonos en la figura 1, se puede decir que, el género tiene un papel estadísticamente significativo en el control conductual percibido y en una de las subvariables en las que se desglosa: la controlabilidad percibida. En estos dos constructos, los estudiantes tienen resultados superiores a los de las estudiantes, sin embargo, no ocurre lo mismo para las variables actitud, actitud instrumental y actitud afectiva; dificultad percibida, así como, para la intención, intención de elección, compromiso con una carrera emprendedora y emprendimiento naciente.

Una explicación posible a esta suerte de inconsistencias en los resultados obtenidos en esta investigación, la podemos encontrar en lo mencionado por Arenius y Minniti (2005), quienes señalan que los factores perceptuales al ser “impulsores del comportamiento empresarial para ambos géneros” y dado que estos factores

son subjetivos podrían estar sesgados (Arenius y Minniti (2005).

Asimismo, recurriendo a Bruni *et al.* (2004), se puede argumentar que:

Las características del espíritu empresarial al residir en el dominio simbólico de la toma de iniciativa, el logro y el riesgo relativo, caen en el dominio simbólico de lo masculino y cuando estas mismas características se transponen al dominio simbólico de lo femenino, se vuelven inciertas (pp. 407, 408).

Sin embargo, una explicación más plausible y/o complementaria podría recaer en los factores culturales y contextuales, retomando a Hofstede (1983, 1993); Hofstede Geert, Hofstede Gert y Minkov (2010), no es de extrañar que en México, donde prevalece una cultura masculina, en la que la gente vive para trabajar (algo muy propio de los varones), y el énfasis está en la competencia y el desempeño, los estudiantes hayan obtenido promedios superiores en el control conductual percibido y en la controlabilidad percibida (ver tabla 4). Hay que recordar que esta última variable se refiere a factores de control externo, como recursos, oportunidades y obstáculos potenciales, donde es probable que las estudiantes se sientan en desventaja.

En resumen, se puede decir que las evidencias indican una mayor propensión de los alumnos de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla hacia la intención emprendedora, sin embargo, estos resultados están arropados por una serie de factores como el estereotipo masculino del rol del género (Gupta *et al.*, 2009; Çera *et al.*, 2018), aspectos culturales (Thornton *et al.*, 2011), históricos y contextuales (Schmidt *et al.*, 2022) que habrá que tener en cuenta.

CONCLUSIONES

Tomando en consideración los resultados del análisis estadístico descriptivo, se puede decir que, en general, existe coincidencia con los resultados de muchas de las investigaciones que se han realizado sobre la relación género - intención emprendedora y, de manera particular, con los resultados obtenidos por Vamvaka *et al.* (2020). Los alumnos muestran promedios superiores en la ac-

titud (excepto en la actitud instrumental), en el control conductual percibido y en la intención, y en consecuencia una mayor intención hacia la actividad emprendedora comparados con su contraparte las alumnas.

También es importante subrayar la necesidad de tomar en cuenta los factores culturales y contextuales, los que pueden abonar en la explicación del por qué al aplicar un instrumento idéntico, los puntajes de las estudiantes mexicanas hayan sido menores a los promedios de los estudiantes varones. Entre los factores culturales están las características propias de la cultura mexicana, la que de acuerdo con Hofstede (1983, 1993); Hofstede Geert, Hofstede Gert y Minkov (2010), se distingue por ser una cultura masculina. Respecto a los factores contextuales están las carreras, así como los semestres que cursan las y los estudiantes que formaron parte de la muestra, hay que recordar que están inscritos en las carreras de Contaduría Pública, Dirección Financiera y Administración y Dirección de PyMES.

Por otra parte, con relación a las pruebas de hipótesis realizadas, los resultados mostraron que, con excepción del control conductual percibido y la controlabilidad percibida, las diferencias en los promedios de los puntajes obtenidos entre los y las estudiantes no fueron estadísticamente significativas. Esto coincide con hallazgos como los de Gupta *et al.* (2009) y Çera, *et al.* (2018), en el entendido de que no encontraron ninguna diferencia significativa entre géneros respecto a la intención emprendedora, y permite especular, como ya se dijo, que estas diferencias que se observan pueden ser resultado de factores culturales y contextuales, así como de no tener en cuenta que las necesidades de las mujeres (o de quien se identifique con esta identidad de género) son distintas y, como resultado, su perspectiva de la actividad emprendedora.

Finalmente, una de las limitaciones de este trabajo es no haber utilizado un lenguaje más inclusivo en el cuestionario aplicado, sin embargo, es importante mencionar que, al menos en esta investigación, el concepto de género se maneja de manera plenamente incluyente y sin ningún prejuicio normativo, aunque de manera general en términos binarios. Entendiendo que, la identidad de género va más allá de lo binario, incluir de manera puntual las diferentes posibilidades de la identidad de género: género binario, género no binario, género cis y género trans (Ciccia, citado en UNAMirada a la Ciencia,

2019), posiblemente daría lugar a una investigación muy compleja.

Otra de las limitaciones tiene que ver con el tamaño de la muestra, es relativamente pequeña comparada con los tamaños de muestra que se han utilizado en investigaciones similares. No obstante, como ya fue explicado, los resultados son confiables y su importancia radica en ser uno de los primeros trabajos que aplica la Teoría de la Conducta Planificada con constructos multidimensionales, para analizar la relación género – intención emprendedora en el contexto de la educación superior en México. Asimismo, hay que señalar que los resultados obtenidos solo son válidos para los grupos de estudiantes mexicanos de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla que formaron parte de la muestra respectiva.

REFERENCIAS

- Ajzen, I., y Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Nueva Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to action: a theory of planned behavior. En J. Kuhl, y J. Beckman, (Eds.), *Action Control. SSSP Serie Springer en Psicología Social*. (pp. 11-39) Berlín: Heidelberg. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/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. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Ahmad, S., y Xavier, S. (2012). Entrepreneurial environments and growth: Evidence from Malaysia GEM data. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(1), 50-69.
- Amofah, K., y Saladrigues, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(36), 1-30. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00197-5>
- Anderson, D., Sweeney, D. y Williams, T. (2008). *Estadística para Administración y Economía*. (10ª Edición). México: CENGAGE Learning.
- Arenius, P., y Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Audretsch, D., Van Der Horts, R., Kwaak, T., y Thurik, R. (2009). *First section of the annual report on EU small and medium-sized enterprises*. Bruselas, Bélgica: EIM Business & Policy Research.
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., Parker, G., y Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise & Innovation Management Studies*, 2, 145-160. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>
- Banchik, A. (2019). Taking care and taking over: Daughter's duty, self-employment, and gendered inheritance in Zacatecas, Mexico. *Gender & Society*, 33(2), 296-320. <https://doi.org/10.1177/0891243218825104>
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122-147. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>
- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla [BUAP]. (2020). *Anuario Estadístico 2019-2020* [Archivo PDF]. Recuperado de https://pdi.buap.mx/sites/default/files/Anuario_2019_2020.pdf
- Bosnjak, M., Ajzen, I., y Schmidt, P. (2020). The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352-356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Botsaris, C., y Vamvaka, V. (2012). Models of the Determinants of Entrepreneurial Behavior: A Literature Review. *Regional Science Inquiry Journal*, 4(3), 155-172.
- Bruni, A., Gherardi, S., y Poggio, B. (2004). Doing gender, Doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work and Organizations*, 11(4), 406-429. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2004.00240.x>
- Butner, E., y Rosen, B. (1988), Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women and successful entrepreneurs, *Journal of Business Ven-*

- turing, 3(3), 249-258. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(88\)90018-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(88)90018-3)
- Cantú, M., Bobek, V., Skoko, H., y Macek, A. (2018). Cultural foundations of female entrepreneurship in Mexico: Challenges and opportunities. *Nase Gospodarstvo/Our Economy*, 64(1), 28-40. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2018-0004>
- Čera, G., Cepel, M., Zakutna, S., y Rozsa, Z. (2018). Gender differences in perception of the university education quality as applied to entrepreneurial intention. *Journal of International Studies*, 11(3), 147-160. DOI:10.14254/2071-8330.2018/11-3/13
- Contreras, A., y González, O. (2019). The influence of education and other relevant variables on the decision to be an entrepreneur: Two compared study cases of students of social and legal sciences of Spain and Mexico. *Educación XX1*, 22(2), 361-383. DOI:10.5944/educXX1.22665.
- Dabic, M., Daim., T., Bayraktaroglu, E., Novak, I., y Basic, M. (2012). Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship An international survey. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3), 316-336. <https://10.1108/17566261211264172>
- Fernández, J., Liñán, F., y Santos, F. (2009). Cognitive aspects of potential entrepreneurs in southern and northern Europe: an analysis using GEM-data. *Revista De Económica Mundial*, 23, 151-178. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86612461008>
- Gálvez, E., Guauña, R., y Ravina R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Universidad & Empresa*, 22(38), 79-105. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- García, J., Reding, A., y López, J. (2013). Metodología de Investigación en Educación Médica Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Educación en Investigación Médica*, 2(8), 217-224. 10.1016/S2007-5057(13)72715-7
- Gill, R. (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606-626. <https://doi.org/10.1177/1367549417733003>
- Gupta, V., Turban, D., Wasti, S., y Sikdar, A. (2009). El papel de los estereotipos de género en las percepciones de los emprendedores y las intenciones de convertirse en emprendedores. *Teoría y práctica del espíritu empresarial*, 33 (2), 397-417. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00296.x>
- Hernández, C., y Pérez, M. (2021). Los estudiantes politécnicos en México y sus percepciones sobre los miedos que los obstaculizan para emprender. *Revista de Investigación Educativa de la Rediech*, 12. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1295
- Herrera, F., Guerrero, M., y Urbano, D. (2018). Entrepreneurship and innovation eco- system's drivers: The role of higher education organizations. En J. Leitão, H. Alves, N. Krueger y J. Park (Eds.), *Entrepreneurial, innovative and sustainable ecosystems: Best practices and implications for quality of life* (pp. 109-128). Switzerland: Springer.
- Hindle, K., Klyver, K., y Jennings, D. (2009). An 'informed' intent model: Incorporating human capital, social capital and gender variables into the theoretical model of entrepreneurial intentions. En A. Carsrud y M. Brännback (Eds.), *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box* (pp. 35-50). Heidelberg: Springer.
- Hofstede, G. (1983). Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. *Administrative Science Quarterly*, 28(4), 625-629.
- Hofstede, G. (1993). Cultures and Organizations: Software of the Mind. *Administrative Science Quarterly*, 38(1), 132-134.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., y Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the mind: intercultural cooperation and its importance for survival*. New York :McGraw-Hill.
- Infante, S., y Zárate, G. (1990). *Métodos Estadísticos: Un enfoque interdisciplinario* (2ª Edición). México: Trillas.
- Kantis, H., Federico, J., e Ibarra, S. (2015). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico América Latina en el nuevo escenario global*. Recuperado de: <https://prodem.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2018/05/Informe-2015-11.pdf>
- Kourilsky, M., y Walstad, W. (1998). Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal*

- of *Business Venturing*, 13(1), 77-88. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00032-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00032-3)
- Krueger, N., Reilly, M., y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Laguía, A., Moriano, J., Molero, F., y Gámez, J. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologyca*, 16(1), 1-14. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie>
- Levin, R., y Rubin, D. (2004). *Estadística para Administración y Economía* (7ª Edición). México: Pearson Educación.
- Lind, D., Marchal, W., y Wathen, S. (2012). *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía*. (15ª Edición). México: Mc Graw Hill.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J, y Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Liñán, F., y Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>.
- Maldonado, M., Caballero, F., y Ruvalcaba, L. (2019). Retos para las spin-off académicas en México como resultado de la valorización económica de I+D+i de las universidades. *CienciaUAT*, 14(1), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v14i1.1136>
- Matthews, C., y Moser, S. (1995). Family background and gender: Implications for interest in small firm ownership. *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, 365-377. <https://doi.org/10.1080/08985629500000023>
- Menzies, T., y Tatroff, H. (2006). The propensity of male vs female students to take courses and degree concentrations in entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), 203-223. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593367>
- Minniti, M., y Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28, 223-238.
- Montiel, O., y Calderón, M. (2020). The History of Entrepreneurship in Mexico: A View from the Academic Lens. En A. Almaraz y O. Montiel. (Eds.). *The History of Entrepreneurship in Mexico* (pp. 13-35). Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Picazo, S., Ramírez, P., y Luna, L. (2013). Comercio electrónico y emprendimiento: un análisis aplicando la teoría del comportamiento planificado. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 2(5), 1-20. Recuperado de <https://recai.uaemex.mx/article/view/8960/7619>
- Pinazo, P., y Castelló, F. (2020). The effect of insecurity and corruption on opportunity-driven entrepreneurship in Mexico: an fsQCA analysis. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(1), 105-121. DOI 10.1108/ARLA-04-2020-0088.
- Nga, J., y Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personalty Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Star Up Intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282. DOI 10.1007/A10551-009-0358-8
- Sánchez, S., y Fuentes, F. (2010). Gender differences in entrepreneurial attitudes. Equality, Diversity and Inclusion: *An International Journal*, 29(8), 766-786. DOI: 10.1108/02610151011089519
- Sandoval, C., y Bado, G. (2022). Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo. *Contaduría y Administración*, 67(4), 1-27. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3269>
- Santos, F., Roomi, M., y Liñán, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49-66. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12129>
- Scharff, C. (2016). Gender and Neoliberalism. Young women as ideal neoliberal subjects. En S. Springer, K. Birch, y J. MacLeavy (Eds.), *The handbook of neoliberalism* (pp. 245-254). Routledge. 10.4324/9781315730660
- Scherer, R., Adams, J., Carley, S., y Wiebe, F. (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-72. <https://doi.org/10.1177/104225878901300306>

- Schmidt, S., Bohnenberger, M., Nodari, C., y Santos Da Silva, M. (2022). Gender entrepreneurial behaviour and performance brazilian students: integrating economic and behavioral perspectives. *Heliyon*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08750>
- Serrano, A., y Carretero, C. (2021). Women´s entrepreneurial subjectivity under scrutiny: Expert knowledge on gender and entrepreneurship. *Gender Work Organ*, 666-686. <https://doi.org/10.1111/gwao.12806>
- Shao, S. (1988). *Estadística para Economistas y Administradores de Empresas* (20ª Edición). México: Herrero Hnos.
- Shapero, A., y Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton y K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall.
- Silva, N., Fernández-Robin, C., y Yañez, D. (2021). Influence of educational programs oriented toward entrepreneurship on the entrepreneurial intention of university students: the case of Chile. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 445-463. DOI 10.1108/ARLA-06-2020-0146
- Silveira, A., Santino, F., y Magalhaes, H. (2017). Entrepreneurial Intention of the Participants of the Startup Weekend: Longitudinal Analysis. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 6(1), 90-102. Recuperado de <https://www.managementjournal.info/index.php/IJAME/article/view/59>
- Stoica, O., Roman, A., y Rusu, V. (2020). The nexus between entrepreneurship and economic growth: A comparative analysis on groups of countries. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su12031186>.
- Thebaud, S. (2015). Business as plan B: Institutional foundations of gender inequality in entrepreneurship across 24 industrialized countries. *Administrative Science Quarterly*, 60(4), 671-711. DOI: 10.1177/0001839215591627
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Thornton, P., Ribeiro-Soriano, D., y Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: an overview. *International Small Business Journal*, 29 (2), 105-118. <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>
- Trivedi, R. (2017). Entrepreneurial-intention constraint model: A comparative analysis among post-graduate management students in India, Singapore and Malaysia. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1239-1261. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0449-4>
- Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790-811. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2015-0149>
- UNAMirada a la Ciencia. (2019). El género no binario. Más allá de lo masculino y lo femenino. Recuperado de http://www.unamiradaalaciencia.unam.mx/download/pdf_prensa/unamirada_746.pdf
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., y Botsaris C. (2020). Actitud hacia el espíritu empresarial, control del comportamiento percibido e intención empresarial: dimensionalidad, relaciones estructurales y diferencias de género. *Journal of innovation and Entrepreneurship*. 9(5), 1-26. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- Van Der Zwan, P., Thurik, A. R., y Grilo, I. (2010). The entrepreneurial ladder and its determinants. *Applied Economics*, 42(17), 2183-2191. <https://doi.org/10.1080/00036840701765437>
- Villanueva, C., Angeles, A., y Revilla, L. (2018). Tying strong ties in informal entrepreneurship: A constraint or an entrepreneurial driver? *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(1), 1-19. <https://doi.org/10.1142/S1084946718500024>
- Wagner, R., y Sternberg, R. (1985). Practical intelligence in real-world pursuits: The role of tacit knowledge. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 436-548. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.2.436>
- Wilson, F., Kickul, J., y Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 387-406. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>

Yukongdi, V., y Lopa, N. (2017). Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 333-352. DOI:10.1108/JSBED-10-2016-0168

NOTAS DE AUTOR:

^a Doctor en Ciencias de la Administración por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor-Investigador de Tiempo Completo Titular C en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Sus líneas de investigación son: diagnóstico y desarrollo de modelos económicos, administrativos y contables en las organizaciones, y competitividad organizacional. Miembro del SNI, Nivel I

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9934-6276>.

Autor de correspondencia. Correo electrónico: gerardo.vera@correo.buap.mx

Últimas publicaciones:

- Vera, M., Martínez, R., y Vera, G. (2021). Resultados monetarios de la Sustentabilidad presentados en Cuatro Cuentas de Resultados: Una propuesta para las Pymes en México. *Revista Activos*, 19(1), 260 - 302. <https://doi.org/10.15332/25005278.6688>
- Vera, M., Martínez, R., y Vera, G. (2021). Prácticas de Desarrollo Sustentable apoyadas por las Redes Sociales o Redes de Conocimiento en Empresas Maquiladoras de la Confección Tehuacaneras. *Brazilian Journals of Business*, 3(3), 2123-2140. DOI:10.34140/bjbv3n3-009
- Vera, G., Martínez, R., y Vera, M. (2020). Empresa familiar y la teoría de sistemas luhmanniana. *RECAI Revista de Estudios En Contaduría, Administración e Informática*, 9(24), 11 - 23. DOI:10.36677/recai.v9i24.13044

^b Doctora en Dirección de Organizaciones por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Profesora-Investigadora Tiempo Completo Titular

C en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Sus líneas de investigación son: diagnóstico y desarrollo de modelos económicos, administrativos y contables en las organizaciones, y competitividad organizacional. Candidata en el SNI.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1940-5326>.

Correo electrónico monseveram@hotmail.com

Últimas publicaciones:

- Vera, M., Martínez, R., y Vera, G. (2021). Resultados monetarios de la Sustentabilidad presentados en Cuatro Cuentas de Resultados: Una propuesta para las Pymes en México. *Revista Activos*, 19(1), 260 - 302. <https://doi.org/10.15332/25005278.6688>
- Vera, M., Martínez, R., y Vera, G. (2021). Prácticas de Desarrollo Sustentable apoyadas por las Redes Sociales o Redes de Conocimiento en Empresas Maquiladoras de la Confección Tehuacaneras. *Brazilian Journals of Business*, 3(3), 2123-2140. DOI:10.34140/bjbv3n3-009
- Vera, G., Martínez, R., y Vera, M. (2020). Empresa familiar y la teoría de sistemas luhmanniana. *RECAI Revista de Estudios En Contaduría, Administración e Informática*, 9(24), 11 - 23. DOI:10.36677/recai.v9i24.13044

^c Doctora en Administración por la Universidad del Desarrollo de Puebla. Profesora-Investigadora Tiempo Completo Titular A en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Sus líneas de investigación son: diagnóstico y desarrollo de modelos económicos, administrativos y contables en las organizaciones, y competitividad organizacional.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1878-1891>

Correo electrónico: rafaela72280@hotmail.com

Últimas publicaciones:

- Vera, M., Martínez, R., y Vera, G. (2021). Re-

sultados monetarios de la Sustentabilidad presentados en Cuatro Cuentas de Resultados: Una propuesta para las Pymes en México. *Revista Activos*, 19(1), 260 - 302. <https://doi.org/10.15332/25005278.6688>

- Vera, M., Martínez, R., y Vera, G. (2021). Prácticas de Desarrollo Sustentable apoyadas por las Redes Sociales o Redes de Conocimiento en Empresas Maquiladoras de la Confección Tehuacaneras. *Brazilian Journals of Business*, 3(3), 2123-2140. DOI:10.34140/bjbv3n3-009
- Vera, G., Martínez, R., y Vera, M. (2020). Empresa familiar y la teoría de sistemas luhmanniana. *RECAI Revista de Estudios En Contaduría, Administración e Informática*, 9(24), 11 - 23. DOI:10.36677/recai.v9i24.13044