

El libro *Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria* es producto del proyecto de investigación “Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander”, del Grupo Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta, Colombia.

Se presenta el trabajo de diversas investigaciones de universidades de Colombia, Venezuela, Brasil, México y Ecuador a través de enfoques interdisciplinarios. Los diversos capítulos demuestran el rol que tiene la mujer más allá de las labores del hogar, en particular en el emprendimiento y la empleabilidad, siendo necesario ese reconocimiento para lograr la contribución de la mujer en el proceso productivo de la región.

Mujer, emprendimiento y empleabilidad

Mujer, emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA



Editores
Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

EDICIONES
UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR



ISBN 978-958-5430-90-7



9 789585 430907

UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR

BARRANQUILLA Y CÚCUTA - COLOMBIA | VIGILADA MINEUCACIÓN



Res. 23095, del MEN

Mujer,
emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

Mujer, emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

MUJER, EMPRENDIMIENTO Y EMPLEABILIDAD: UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

© Rina Mazuera-Arias • Neida Albornoz-Arias • Marisela Vivas-García • María-Antonia Cuberos • Akever-Karina, Santafe-Rojas • Myriam-Teresa Carreño Paredes • Miguel Ángel Morffe Peraza • Camila Andrea Martínez Roza • Miguel Ángel Vera • Antonio Enrique Tinoco Guerra • Aloisio Ruscheinsky • Manoella Cará Treis • Danúbia Silva Benites Lopes • Ana Paola Aldrete Glez • Patricia Pocovi Garzón • Josefina Robles Uribe • Lilian Victoria Morales Carrasco • Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña • Edison Roberto Valencia Núñez María Augusta Albornoz Garzón

Editores: Neida Albornoz-Arias • Rina Mazuera-Arias

Facultad Ciencias Jurídicas y Sociales; Administración y Negocios;
Departamento de Ciencias Sociales y Humanas

Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF), Universidad Simón Bolívar

Director: Rina Mazuera-Arias

Proceso de arbitraje doble ciego

Recepción: Enero de 2018

Evaluación de propuesta de obra: Enero de 2018

Evaluación de contenidos: Marzo de 2018

Correcciones de autor: Abril de 2018

Aprobación: Junio de 2018

Editores

Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

Rina Mazuera-Arias • Neida Albornoz-Arias • Marisela Vivas-García
María-Antonia Cuberos • Akever-Karina Santafe-Rojas • Myriam-Teresa Carreño-Paredes
Miguel-Ángel Morffe-Peraza • Camila-Andrea Martínez-Roza • Miguel-Ángel Vera
Antonio-Enrique Tinoco-Guerra • Aloisio Ruscheinsky • Manoella Cará-Treis
Danúbia-Silva Benites-Lopes • Ana-Paola Aldrete-Glez • Patricia Pocovi-Garzón
Josefina Robles-Uribe • Lilian-Victoria Morales-Carrasco • Nelson-Rodrigo Lascano-Aimacaña
Edison-Roberto Valencia-Nuñez • María-Augusta Albornoz-Garzón

Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria / ed. Neida Coromoto Albornoz Arias, Rina Mazuera Arias; Marisela Vivas García... [et al.] -- Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar, 2017.

268 p. ; 17 x 24 cm.

ISBN: 978-958-5430-90-7

1. Mujeres – Aspectos sociales 2. Mujeres en la política – Brasil 3. Mujeres universitarias – Estudio de casos – Ecuador 4. Mujeres en el desarrollo de la comunidad 5. Feminismo I. Albornoz Arias, Neida Coromoto, ed. II. Mazuera Arias, Rina, ed. III. Vivas García, Marisela IV. Cuberos de Quintero, María Antonia V. Santafé Rojas, Akever Karina VI. Carreño Paredes, Myriam Teresa VII. Morffe Peraza, Miguel Ángel VIII. Martínez Rozo, Camila Andrea IX. Vera, Miguel Ángel X. Tinoco Guerra, Antonio Enrique XI. Ruscheinsky, Aloisio XII. Cará Treis, Manoella XIII. Silva Benites Lopes, Danúbia XIV. Aldrete Glez, Ana Paola XV. Pocovi Garzón, Patricia XVI. Robles Uribe, Josefina XVII. Morales Carrasco, Lilian Victoria XVIII. Lascano Aimaña, Nelson Rodrigo XIX. Valencia Núñez, Edison Roberto XX. Albornoz Garzón, María Augusta

305.42 M953 2017 SCDD 21 ed.

Universidad Simón Bolívar – Sistema de Bibliotecas

Impreso en Barranquilla, Colombia. Depósito legal según el Decreto 460 de 1995. El Fondo Editorial Ediciones Universidad Simón Bolívar se adhiere a la filosofía del acceso abierto y permite libremente la consulta, descarga, reproducción o enlace para uso de sus contenidos, bajo una licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



©Ediciones Universidad Simón Bolívar

Carrera 54 No. 59-102

<http://publicaciones.unisimonbolivar.edu.co/edicionesUSB/>

dptpublicaciones@unisimonbolivar.edu.co

Barranquilla - Cúcuta

Producción Editorial

Editorial Mejoras

Calle 58 No. 70-30

info@editorialmejoras.co

www.editorialmejoras.co

Agosto de 2018

Barranquilla

Made in Colombia

Cómo citar este libro:

Mazuera-Arias, R., Albornoz-Arias, N., Vivas-García, M., Cuberos, M.-A., Santafé-Rojas, A.-K., Carreño-Paredes, M.-T., ... Vera, M. A. (2018). En N. Albornoz-Arias, & R. Mazuera-Arias (Edits.), *Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria*. Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Mujer,

emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

Editores

Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

Rina Mazuera-Arias • Neida Albornoz-Arias • Marisela Vivas-García
María-Antonia Cuberos • Akever-Karina Santafé-Rojas • Myriam-Teresa Carreño-Paredes
Miguel-Ángel Morffe-Peraza • Camila-Andrea Martínez-Rozo • Miguel-Ángel Vera
Antonio-Enrique Tinoco-Guerra • Aloisio Ruscheinsky • Manoella Cará-Treis
Danúbia-Silva Benites-Lopes • Ana-Paola Aldrete-Glez • Patricia Pocovi-Garzón
Josefina Robles-Urbe • Lilian-Victoria Morales-Carrasco • Nelson-Rodrigo Lascano-Aimaña
Edison-Roberto Valencia-Nuñez • María-Augusta Albornoz-Garzón

 UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR

BARRANQUILLA Y CÚCUTA - COLOMBIA | VIGILADA MINEDUCACIÓN



Res. 23095. del MEN

PROYECTOS:

- Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional de Norte de Santander. Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF). Fecha de inicio: 16 de enero de 2017. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2017.
- Análisis comparativo de los elementos sociales, políticos, económicos y psicológicos del contrabando en el departamento Norte de Santander y estado Táchira, de la Universidad Simón Bolívar-sede Cúcuta, Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF). Fecha de inicio: 01 de agosto de 2016. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2016.
- El Táchira en cifras 2015. El contrabando en las ciudades de frontera desde la perspectiva de la institucionalidad. Universidad Católica del Táchira, Venezuela. Fecha de inicio: 01 de enero de 2015. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2017.
- El mercado laboral y la pobreza desde un enfoque de derechos.
- Economía Social de la Escuela de Negocios.
- Creación de nuevas empresas: Emprendimiento Social desde una perspectiva regional.



Contenido

PRESENTACIÓN.....	9
PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I:	
RECONOCIMIENTO DE LA IGUALDAD DE LA MUJER Y EL HOMBRE EN LAS LABORES DEL HOGAR. UNA VISIÓN SOCIOJURÍDICA.....	
	17
Rina Mazuera-Arias; Neida Albornoz-Arias; Marisela Vivas-García; María-Antonia Cuberos; Akever-Karina Santafé-Rojas; Myriam-Teresa Carreño-Paredes	
CAPÍTULO II	
ESPÍRITU EMPRENDEDOR FEMENINO. UNA REVISIÓN DESDE LA TEORÍA DE LAS NECESIDADES HUMANAS	
	45
Neida Albornoz-Arias; Rina Mazuera-Arias; Akever-Karina Santafé-Rojas; Marisela Vivas-García; María-Antonia Cuberos; Myriam-Teresa Carreño-Paredes; Miguel Ángel Morffe Peraza; Camila Andrea Martínez Rozo	
CAPÍTULO III	
UNA MIRADA A LA EMPLEABILIDAD DE LA MUJER DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA FRONTERA TÁCHIRA-NORTE DE SANTANDER.....	
	75
Marisela Vivas-García; María-Antonia Cuberos; Rina Mazuera-Arias; Neida Albornoz-Arias; Myriam-Teresa Carreño-Paredes; Miguel Ángel Vera	

CAPÍTULO IV

LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO FEMENINO 111

Akever-Karina Santafé-Rojas; Neida Albornoz-Arias; Rina Mazuera-Arias

CAPÍTULO V

MUJER, EMPRENDIMIENTO Y CULTURA..... 143

Antonio Enrique Tinoco Guerra

CAPÍTULO VI

DESAFIOS E TENDÊNCIAS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA AS MULHERES COMO QUESTÃO ESTRATÉGICA NO BRASIL: UM OLHAR A PARTIR DO SUL DO PAÍS..... 167

Aloisio Ruscheinsky; Manoella Cará Treis; Danúbia Silva Benites Lopes

CAPÍTULO VII

LA MUJER Y LA CONSTRUCCIÓN DEL BIEN COMÚN..... 205

Ana Paola Aldrete Glez; Patricia Pocovi Garzón; Josefina Robles Uribe

CAPÍTULO VIII

MUJERES UNIVERSITARIAS CREANDO EMPRESAS. UN CASO DE ESTUDIO EN AMBATO, ECUADOR..... 239

Lilian Victoria Morales Carrasco; Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña; Edison Roberto Valencia Núñez; María Augusta Albornoz Garzón

AGRADECIMIENTOS 265

Presentación

Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria es un producto investigativo del Grupo Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta y forma parte de proyectos de investigación de reconocidas universidades del contexto latinoamericano como lo son: Universidad Católica del Táchira, Venezuela; Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO; Universidad Jesuita de Guadalajara, México; Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, y Universidad Simón Bolívar, sede Cúcuta, Colombia.

Los temas que en el libro se presentan en ocho capítulos se abordaron desde perspectivas disciplinares diversas, integrando la interdisciplinariedad como característica del libro, al estar contenidos en los proyectos: Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander. El mercado laboral y la pobreza desde un enfoque de derechos. Economía Social de la Escuela de Negocios. Creación de nuevas empresas: Emprendimiento Social desde una perspectiva regional.

De este modo se plantean en los contenidos de los capítulos, dada la vigencia y pertinencia del tema sobre la mujer, el emprendimiento y la empleabilidad para la sociedad y su desarrollo, un conjunto de contribuciones al campo científico que se espera sea aprovechadas por los lectores para su reflexión y como punto de partida hacia nuevas investigaciones.

María Antonia Cuberos¹

¹ Licenciada en Educación, Universidad Católica Andrés Bello-Venezuela. Ingeniero de Sistemas, Universidad Nacional Abierta, Venezuela. Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada, Venezuela. Especialista en Sistemas de Información, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Docente e investigadora, miembro del Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar, sede Cúcuta, Colombia. Docente e investigadora de la Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal, Venezuela. m.cuberos@unisimonbolivar.edu.co

Prólogo

Esta obra es fruto del trabajo colectivo de autores de distintos países hermanos, investigadores de diversos centros educativos de nivel superior, preocupados todos por cuestiones centrales para la gestión y acción pública y privada en nuestro medio.

La procedencia de estos académicos es también variada, los hay de Venezuela, Colombia, Ecuador, México y Brasil. Todos ellos unidos por el objetivo común de generar, desde un enfoque de género, un aporte a la descripción, la hermenéutica y la aproximación a las causas de fenómenos sociales altamente complejos.

En ese sentido, el rol de la mujer en nuestros países latinoamericanos es el denominador común de todos ellos, y poniendo el centro en ese aspecto, se revisan y recorren situaciones problemáticas que desafían a la Universidad, al Estado y, sobre todo, al empresariado local e internacional.

A la Universidad se la desafía no solo a transmitir conocimiento situado sino a proyectarlo socialmente, y con este trabajo en particular, todas las casas de altos estudios desde donde escriben mis colegas, cumplen con la tercera e importantísima misión de la educación superior en cualquier contexto, esto es, investigar, producir conocimiento. Dar herramientas a los decisores para la acción concreta, empoderarlos, para incidir así en la realidad que estudiamos.

Ahora bien, de entre todas las instituciones mencionadas, herencias de la Modernidad otrora reinante, a mi entender, el mayor reto aquí lo tiene el mercado, en la persona del empresario: pequeño, mediano, grande, emprendedor, micro y macro; todos empujados a comprometerse con la realidad de “la casa común” y a trabajar, más allá de las utilidades, por el beneficio de todos.

De este modo se repasan a lo largo de estos ocho capítulos, temas que interesan a las ciencias jurídicas, económicas, políticas, sociológicas, antropológicas, como parte de los estudios sociales.

En esa línea, el estatus de la mujer en nuestra sociedad, su rol como emprendedora y líder, tanto en el seno familiar como en la comunidad a la que pertenece, son el foco de estos capítulos; pero a su vez aquello se va entretrejiendo con el abordaje de problemáticas referidas al empleo, la cultura, el desarrollo social, y la educación y la innovación en sus diversas expresiones e impactos en el constructo social actual.

Desde estos temas se articulan teoría y *praxis*, elucubraciones conceptuales y descripciones crudas de la realidad de un continente marcado por la exclusión de amplios sectores de la población, y la desigualdad no solo económica sino social y política. Se describe para conocer, se analiza para entender, se explica para aproximarse a definiciones de fenómenos sociales multicausales. Y, finalmente, se elaboran propuestas para la acción. Lo propositivo es probablemente lo más esperanzador en términos de producción social del conocimiento puesto que nos proyecta hacia delante, nos provee recursos para hacer posible un mejor futuro para nosotros y los que vendrán.

Los contextos son diferentes e iguales, pues se advierten problemáticas particulares en relación a la historia de vida de las personas y los pueblos, pero también se señalan los desafíos comunes, aquellos que por ser problemas globales, para ser resueltos o, al menos correctamente administrados, precisan del consenso y el trabajo mancomunado, sobre la base de un compromiso sólido de las naciones y todos los agentes que dentro y fuera interactúan. Desde esa perspectiva se repasan situaciones domésticas, de frontera y otras que atañen a toda la Región y necesitan, como se decía antes, de una especial atención al consenso, al compromiso sólido y maduro de países a los que ha costado mucho devolver la democracia y más aún, hacerla sostenible en el transcurrir del tiempo.

En términos de metodología, el enfoque predominante es el cualitativo, esto nos habla del esfuerzo de comprensión y reflexión sobre procesos y realidades de índoles muy complejas. Eso no obsta que la triangulación metodológica haya sido la estrategia en varios de estos capítulos para poder nutrir con datos los análisis, efectuar estudios comparativos y pretender generalizaciones de mediano alcance que colaboren con una visión unificada de los problemas que aquí entran en escena.

Sin más, estimados lectores, los invito a darse a la tarea de leer y saborear, de dialogar y hacer aportes desde estos textos, de potenciar acciones y vencer resistencias. En definitiva, los entrego a la labor, derecho y deber de todo ser humano, encontrar sentidos a lo que nos pasa, hacer frente a los desafíos y comprometernos con nuestra realidad más allá del rol que nos toque desempeñar. Por lo demás, mis sinceras felicitaciones a los escritores por la semilla sembrada, por el fruto recogido...

Ana Carolina Díaz¹

¹ Licenciatura en Ciencia Política, Universidad Católica de Córdoba. Magister en Gestión Política con Mención en Diseño y Gestión de Políticas Públicas, Universidad Católica de Córdoba y Georgetown University. Asistente de investigación, Instituto de Investigación y Análisis Político, Facultad de Ciencia Política y RRII (UCC). Membresía activa en: IPSA (International Political Science Association); RELACIP (Red Latinoamericana de Carreras de Ciencia Política); Red Ciudadana Nuestra Córdoba (UCC, Asociación Civil El Ágora, Empresa Arcor, entre otras instituciones); SAAP (Sociedad Argentina de Análisis Político). diazancarolina@yahoo.com.ar

Capítulo VIII **Mujeres universitarias creando empresas. Un caso de estudio en Ambato, Ecuador***

Lilian Victoria Morales Carrasco¹; Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña²; Edison Roberto Valencia Núñez³; María Augusta Albornoz Garzón⁴

* El presente capítulo se realiza en el marco del proyecto: Creación de nuevas empresas: Emprendimiento Social desde una perspectiva regional que se desarrolla en la Universidad Técnica de Ambato-Ecuador.

1 Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto en España.

lilianmorales@uta.edu.ec

2 Economista con estudios de Posgrado en la Universidad Politécnica de Madrid.

nelsonrlascano@uta.edu.ec

3 Ingeniero Electrónico con un posgrado en Tecnologías de la Información y otro posgrado en Estadística.

edisonrvalencia@uta.edu.ec

4 Doctora en Investigación Socio Educativa en Gerencia Educativa.

mariaaalbornoz@uta.edu.ec

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es analizar el nivel de creación de nuevas empresas de los graduados y graduadas de la facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato en Ecuador; interesa además explicar la creación de empresas desde la perspectiva de género. Se distribuyó a la población de 1.332 graduados y graduadas por cohortes, de marzo 2013 a marzo 2017, se les aplicó un cuestionario *on-line* y se obtuvieron 887 cuestionarios válidos. Los principales resultados evidencian que un 90 % ha logrado insertarse laboralmente y que el restante 10 % ha creado nuevas empresas. Del análisis del comportamiento se desprende que se trata de jóvenes profesionales que emprendieron en el rango de edad de 20 a 35 años, en áreas afines a su profesión, sobre todo en los sectores comercio y servicios, con un alto porcentaje de emprendimiento femenino. Los resultados del análisis estadístico demuestran una relación entre la experiencia previa (variable exógena) y la creación de empresas (variable endógena).

Palabras clave: emprendimiento, género, universidad, empresa.

UNIVERSITY WOMEN CREATING COMPANIES. A CASE STUDY IN AMBATO, ECUADOR

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the creation level of new companies of the men and women graduates of the Faculty of Accounting and Auditing of the Technical University of Ambato in Ecuador; it is also of interest to explain the creation of companies from the gender perspective. The population of 1.332 men and women graduates has been distributed by cohorts, from march 2013 to march 2017, and an online questionnaire has been applied to them and 887 valid

questionnaires have been obtained. The main results show that 90 % have been able to enter the labor market and that the remaining 10 % have created new companies. From the analysis of the behavior of the entrepreneurs it results that they are young professionals who undertook in the age range of 20 to 35 years, in areas related to their professions, especially in the commerce and service sectors, with a high percentage of entrepreneurship among women. The results of the statistical analysis show a relation between the previous experience (exogenous variable) and the creation of companies (endogenous variable).

Keywords: entrepreneurship, gender, university, business.

INTRODUCCIÓN

La actualidad del entorno empresarial de la región ubica a la provincia de Tungurahua como una de las provincias más emprendedoras de la Zona 3 del Ecuador, cuyos entramados económicos se caracterizan por la formación de clusters empresariales en sectores tradicionales como la fabricación de carrocerías, elaboración de calzado, confección de prendas de vestir, entre otros. En los últimos años la conformación de la demografía empresarial de la provincia se orienta al sector comercio primordialmente, y en menor medida al sector manufactura.

En este entorno cada año se crean nuevas empresas resultado de una posible cultura empresarial regional y del espíritu emprendedor de jóvenes profesionales que son sujeto de estudio en la presente investigación.

El emprendimiento es la combinación entre la actitud y la capacidad de la persona, que le permite llevar a cabo nuevos proyectos de cualquier índole, generalmente creativo. Se puede decir que el em-

prendimiento es la acción de convertir una idea (abstracta) en algo concreto (real). Si se considera este concepto alineado a la economía se podría considerar al emprendimiento como la acción concreta de crear una nueva empresa (Morales, 2009 citado en Viloria-Escobar, Daza-Corredor y Miranda-Terraza 2016, p.162).

La creación de nuevas empresas es un fenómeno de interés en la dinámica sectorial y espacial de las diferentes economías. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, 2008) citada en Borjas-De Xena (2012, p.52) expresa que el espíritu empresarial es considerado un factor fundamental para el desarrollo económico en todos los países del mundo, por lo cual se han establecido políticas que rigen esta actividad.

En los últimos años diversos estudios se orientan a integrar transversalmente el aspecto de género en el análisis del emprendimiento. En este marco de la creación de nuevas empresas, el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), establece la existencia de emprendedores por oportunidad y emprendedores por necesidad. En ese sentido Cárdenas (2009) citado en Guerrero-Ramos, Gómez-Gutiérrez y Armenteros-Acosta (2014, p.79) mencionan que existen emprendedoras por oportunidad y emprendedoras por necesidad.

Desde esta perspectiva los factores que impulsan el emprendimiento pueden ser positivos y negativos. Los positivos, también llamados de atracción se refieren a la oportunidad de emprender un negocio, mientras que los factores negativos, también llamados de empuje, se relacionan con la necesidad de emprender ya sea por desempleo, insatisfacción con la fuerza de trabajo o con un mercado laboral inflexible, así como la necesidad de obtener un ingreso para vivir y progresar económicamente (McClelland y Swail, 2005, citados en Briseño-García, Briseño-García, López Lira-Arjona, 2016, p.28).

Sin duda, el emprendimiento femenino ha crecido en los últimos años a nivel de todo el mundo (Swinney, Runyan & Huddleston, 2006, citado en Elizundia-Cisneros, 2014, p.469) a pesar de las potenciales amenazas y obstáculos. En este ambiente de la economía mundial, la Universidad no ha permanecido ajena al papel que representa en el desarrollo económico y social de su entorno, tratando de fomentar la educación emprendedora al incorporar aspectos específicamente relacionados con la creación de empresas en su modelo educativo (Neira-Gómez, Portela-Maseda, Fernández-Fernández & Rodeiro-Pazos, 2013, p.81).

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Emprendimiento y género

En palabras de Alonso (2003) citado en Quevedo-Monjarás, Izar-Landeta y Romo-Rojas (2010, pp.57-58) el género es el conjunto de comportamientos, actitudes y valores de hombres y mujeres, producto de una construcción histórica, social y cultural.

En los últimos años se presenta una tendencia creciente de las mujeres a cambiar roles, asumiendo por ejemplo el rol de empresaria, disminuyendo la brecha existente con los hombres y abriéndose paso hacia mayores posibilidades de educación, al desarrollo de capacidades y conocimientos y a la mayor incorporación al mercado laboral (Escandón & Arias, 2011, citado de Saavedra-García & Camarena-Adame 2015, p.133). Según Hernández, Camarena y Castanedo (2009) citado en Saavedra-García y Camarena-Adame (2015, p.137) en América Latina es cuatro veces más común que las mujeres inicien empresas que en países con elevados niveles de ingreso, encontrándose que una gran proporción de microempresas son dirigidas por mujeres.

Varias de las motivaciones para que las mujeres emprendan en la creación de nuevas empresas pueden ser la falta de empleo, el estrés y dificultades en el trabajo, causadas por condiciones de género; la imposibilidad de ascender en sus carreras laborales dentro de una organización, la necesidad de encontrar un trabajo que las satisfaga y contar además con un horario flexible que permita compatibilizar el trabajo y la familia. Por otro lado, otros motivos pueden ser la libertad para trabajar, el deseo de mayores ingresos y de alcanzar un mayor estatus social, muerte del esposo o cabeza de familia y la motivación de familiares y/o amigos (Pandian, 2011, citado en Briseño-García, O.; Briseño-García, A., López Lira-Arjona, A., 2016, p.28; Camarena-Adame, Saavedra-García & Ducloux-Saldívar, 2015, p.87).

Los resultados de Minniti y Nardone (2007) citados en Pineda-Duque (2014, p.242) sugieren que si las mujeres sienten que tienen las capacidades y conocimientos para emprender un negocio y creen que sus habilidades las llevarán al éxito, ellas serán más propensas a iniciar su propio negocio, motivadas por el prestigio y el reconocimiento que esta actividad les concede (Neira-Gómez, Portela-Maseda, Fernández-Fernández & Rodeiro-Pazos, 2013, p.79).

Tal situación de una mayor capacidad de emprendimiento de las mujeres con respecto a los hombres lo encontraron también Filgueira-Vizoso, Lado-Sestayo y Portela-Maseda (2013, pp.104 y 107) en su estudio acerca del emprendimiento de mujeres tituladas de Ingenierías. En opinión de los autores estos resultados pueden atribuirse a una mayor capacidad de emprendimiento de las mujeres o a una mayor dificultad de inserción laboral, en las “empresas clásicas” del sector acorde a su perfil profesional.

Mientras que estudios cuyos resultados se contraponen a lo expuesto anteriormente encontraron que la mujer parece tener una menor

capacidad emprendedora que el hombre, no por causas objetivas, sino más bien por su mayor aversión al riesgo y por los problemas para la conciliación de la vida familiar con el trabajo (Ferreiro-Seoane & Vaquero-García, 2013, p.66).

En ocasiones las mujeres están menos interesadas en las ganancias económicas que les genere la actividad empresarial y al mismo tiempo ven el espíritu empresarial como un medio para satisfacer sus necesidades personales y profesionales, mientras que los hombres buscan en el emprendimiento autonomía, progreso, deseo de satisfacción en el trabajo y deseo de ganar dinero (Cromie, 1987, citado en Briseño-García, O.; Briseño-García, A. & López Lira-Arjona, A., 2016).

DESEMPEÑO DE EMPRENDIMIENTOS POR GÉNERO

El desempeño de los negocios al ser analizado desde el enfoque de género, presenta una coincidencia en diferentes estudios, y es que los negocios creados por hombres evidencian mejores resultados que aquellos emprendidos por mujeres en el mismo sector. Estas diferencias podrían ser explicadas por los intangibles que posee la empresa como educación, experiencia y conocimiento, así como del ambiente en donde se va a desarrollar y expectativas del futuro del negocio. Esto coincide con Ferreiro-Seoane y Vaquero-García (2013, p.66) que indican que la emprendedora factura menos y obtiene una menor rentabilidad debido a que emprende en actividades empresariales con menor tasa de rentabilidad, frente a otras mejor retribuidas, en las que participan más hombres, por lo tanto, las empresas creadas y lideradas por mujeres obtienen un menor desempeño (Van Praag & Vijverberg, 2008, citados en Elizundia-Cisneros, 2014, p.472). Se hace una diferencia, sin embargo, en que las mujeres emprendedoras que tienen grado universitario presentan un mejor

desempeño pero se coincide nuevamente en que las mujeres eligen sectores menos redituables como comercio y servicios para emprender (Swinney, Runyan & Huddleston, 2006, citados en Quevedo-Monjarás, Izar-Landeta & Romo-Rojas, 2010, p.59; Loscocco, Robinson, Hall & Allen, 1991, citados en Elizundia-Cisneros, 2014, p.472).

El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe SELA (2010) citado en Saavedra-García y Camarena-Adame (2015, p.139) señala que las razones por las que existe diferencia entre el rendimiento de las empresas lideradas por hombres y por mujeres es que los hombres se enfocan sobre todo en aspectos financieros y económicos y tienen como parámetros, evaluaciones de inversiones y rentabilidad. En cambio, las mujeres empresarias priorizan la calidad de vida sobre la rentabilidad de su empresa, sus avances son progresivos, con inversiones modestas, que no suelen contar con un capital importante, y recurren a sus propios recursos: conocimientos, gustos, formación educativa, inquietudes y experiencias de vida; y sobre todo, buscan integrar la vida personal y familiar con su negocio o profesión.

Por otro lado, Yordanova (2011), citado en Briseño-García, O.; Briseño-García, A. y López Lira-Arjona, A. (2016, p.30) sugiere que las mujeres emprendedoras son menos propensas a mostrar intenciones de crecimiento que su contraparte masculina, incluso después de controlar una serie de características como tipo de empresario, empresa y ambiente. En este sentido, considera que las empresas de las mujeres tienden a crecer lentamente (Minniti, 2005, citado en Briseño-García, O.; Briseño-García, A. & López Lira-Arjona, A., 2016, p.32). Lo anterior puede estar relacionado con el hecho de que la emprendedora no utilice las estrategias de rápido crecimiento, relacionadas estas últimas, con la aceptación de riesgos.

Una de las razones para estos niveles de desempeño por parte de las mujeres podría deberse también a que ellas inician su empresa o negocio con sus ahorros y préstamos de amigos y familiares, debido a que se enfrentan a dificultades para el acceso al crédito (Lucas, 2006, citado en Elizundia-Cisneros, 2014, p.472), ya que los préstamos bancarios son más accesibles para los empresarios hombres que para las mujeres, lo cual podría considerarse discriminatorio (Blake, 2006, citado en Quevedo-Monjarás, Izar-Landeta & Romo-Rojas (2010, p.62). Si bien los prestamistas pueden no discriminar a las mujeres en términos de acceso al capital (Coleman, 2002, citado en Madill, Riding, & Haines, 2012, p.23), entonces los requisitos para acceder al crédito como las garantías podrían generar las dificultades para obtenerlo.

Para Acs, Bardasi, Estrin y Svejnar (2011), citados en Elizundia-Cisneros (2014, p.472), las barreras a las que se enfrentan las mujeres son el resultado de prácticas sociales, experiencias educacionales, roles familiares y falta de redes de contactos. Para autores como Sánchez-Apellániz (2003), citado en Quevedo-Monjarás, Izar-Landeta y Romo-Rojas (2010, p.59), los principales obstáculos para crear empresas son además del financiero, la falta de una cultura empresarial, falta de formación, el considerar a la actividad empresarial una tarea dura y con pocas recompensas y la menor propensión a tomar riesgos.

EMPRENDIMIENTO, EDUCACIÓN UNIVERSITARIA E INNOVACIÓN

Vargas (2008), citado en Aliaga y Schalk (2010, p.321), señala que la relación entre educación y desarrollo tiene su base en la creciente necesidad de los sistemas económicos de impulsar el empleo y de hacer eficientes los procesos productivos.

Para Belén (2010), citado en Pineda-Serna, Rojas y Linares (2011, p.301) la Universidad tiene una función de formación con un horizonte claro respecto a la sociedad y el futuro de sus egresados como profesionales en un medio en particular.

Morales, Mira y Arias (2010), citados en Sanabria-Rangel, Morales-Rubiano y Ortiz-Riaga (2015, p.115) plantean que la función de Extensión Universitaria debe responder a diferentes contextos, haciendo frente a los procesos de globalización, democratización de la enseñanza y cambios políticos, para así estar en correspondencia con las demandas de la sociedad.

Se han presentado en América Latina, sin embargo, experiencias en las que se han fomentado propuestas para impulsar el emprendimiento en educación básica, secundaria y media, los resultados no siempre han sido los esperados, debido a la incapacidad para generar procesos que permitan articular programas con instituciones que faciliten recursos para el emprendimiento juvenil (Díaz & Celis, 2011, citados en García-García, 2015, p.1232).

Tradicionalmente la Universidad ha tenido como labor mejorar la calidad de la educación a fin de que el perfil profesional de sus graduados se ajuste a una demanda laboral exigente, y el número de graduados ubicados en un puesto de trabajo ha sido el indicador de que está cumpliendo con la sociedad y sus requerimientos. El compromiso entonces de la Universidad es formar individuos emprendedores, que promuevan el cambio y el crecimiento de beneficios colectivos y/o también de crear empresas (Sanabria-Rangel, Morales-Rubiano & Ortiz-Riaga (2015, p.120).

La Universidad debería promover también espacios de innovación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, en donde el emprendedor desarrolle la capacidad de innovar, con el objetivo de que sus gra-

duados puedan crear empresas con alto valor agregado, orientadas a responder a las necesidades actuales y nuevas de la demanda. Una empresa que inicia su actividad con innovación, asegura su permanencia en el mercado a largo plazo.

Se entiende por innovación a “la introducción de un producto nuevo o mejoramiento de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores” (Manual de Oslo, 2006, citado en Bravo, 2012, p.548). Mientras, para la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos OCDE (2005), citada en Becerra-Gualdrón, y Palacios-Preciado (2013, p.92) la innovación se comprende como la introducción de un nuevo o significativamente mejorado proceso, lo cual implica cambios significativos en las técnicas, materiales y/o los programas informáticos; dichas mejoras o innovaciones tienen por objeto mejorar la calidad y disminuir los costos unitarios. La innovación vista como capacidad organizativa, se considera un capital intangible y de valor futuro (Goñi, 2010, citado en Becerra-Gualdrón, & Palacios-Preciado, 2013, p.16).

Baumol (2002), citado en Fuentelsaz y Montero (2015, p.16) resalta las funciones más importantes de las nuevas empresas. Una de ellas, el introducir innovaciones en el mercado con el fin de competir con las empresas ya existentes y poder lograr una ventaja competitiva más sostenible.

Las nuevas empresas además aportan en el surgimiento de nuevos sectores, tal como lo mencionan Wennekers and Thurik, 1999, y De-jardin, 2011, citados en Lederman, Messina Pienknagura y Rigolini (2014).

A pesar de ello, solo unas pocas empresas pueden considerarse

verdaderamente innovadoras, mientras el resto se limita a imitar el comportamiento de otras (Cliff, *et al.*, 2006, citados en Fuentelsaz & Montero, 2015, p.16).

Uno de los motivos por los cuales se genera innovación empresarial, como lo mencionan Díaz, Guerrero y Peña (2015, p.45), es la capacidad de absorción del conocimiento en la etapa temprana de la empresa, permitiendo la transformación de dicho conocimiento en capital intelectual.

El capital intelectual se define como la transformación de activos intangibles en recursos que crean riqueza, en las empresas y en los países; en definitiva, las capacidades de innovación se dan en torno a elementos del conocimiento (De Saá, 2006, citado en Duque-Oliva, Palacios-Preciado & Becerra-Gualdrón, 2013, p.194).

Diferentes estudios encuentran que la innovación puede tener un efecto positivo en la vida de las mujeres; sin embargo, existe una baja representación de ellas en los ambientes de la innovación ya que un número significativo de innovaciones ocurren en industrias lideradas por hombres, no obstante, en los sectores en los que hay más mujeres (sector servicios y público) hay pocos estudios (Ljunggren, 2010, citado en Ljunggren, 2010, citado en Becerra & Palacios, 2013, p.296).

METODOLOGÍA

Se utilizó la base de datos obtenida del sistema informático de seguimiento a graduados de la Facultad de Contabilidad y Auditoría⁵ con información de 1.332 graduados de las carreras de Contabilidad y Auditoría, Economía e Ingeniería Financiera de las cohortes marzo 2014 - marzo 2017.

⁵ Disponible en <https://goo.gl/forms/hIkNKds9XuBn6Q8A3>

En la fase uno se revisó la literatura para establecer las variables e indicadores, lo que implicó el diseño de la investigación con el planteamiento de las hipótesis. En la fase dos se elaboró el cuestionario electrónico de la encuesta, finalizando esta fase con la realización de la prueba piloto y la aplicación de la misma, mediante redes sociales, correo electrónico y llamadas telefónicas. En la fase tres se elaboró la base de datos en función de los resultados obtenidos y se procedió a la explotación de la información mediante el *software* estadístico SPSS.

Se recolectó información de 887 encuestados de los cuales el 21,8 % son hombres y el 78,2 % son mujeres; el 16,1 % pertenece a la carrera de Economía, el 8,1 % a la carrera de Ingeniería Financiera y el 75,8 % a la carrera de Contabilidad y Auditoría. Estos porcentajes presentaron coherencia con el número de graduados por carrera.

Tabla 1. Variables para el análisis descriptivo y correlacional

Género (Masculino y Femenino)		
Variable	Nombre	Definición
Emprendimiento	Emp	Tipo de negocio: nueva creación o familiar
Edad al emprender	Edem	Edad que tenía el emprendedor al momento de crear negocio
Sector en el que crea la empresa	Seq	Sector económico o mercado al que pertenece el negocio
Profesión	Prof	Titulo obtenido en Pregrado
Experiencia propia en la rama del negocio	Exp	El emprendedor obtuvo experiencia previa a la creación de las empresas trabajando en negocios similares
Momento de creación	Mc	La empresa fue creada antes o después de que el emprendedor/a terminara los estudios universitarios
Financiamiento	Finc	Procedencia del capital al momento de crear la empresa
Innovación	Inv	Se ha realizado algún tipo de innovación en producto, servicio o proceso
Plan de negocios	Plan	El emprendedor contaba con un plan de negocios antes de la creación de la empresa
Género del emprendedor	Gen	Masculino o Femenino

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Hipótesis planteadas y modelo econométrico

Hipótesis	Ecuación
H ₁ : El género se relaciona en la creación de negocios en los graduados	$Emp=f\{\beta_0+\beta_1Gen+e\}$
H ₂ : La experiencia se relaciona en la creación de un negocio a fin a la profesión del graduado	$Emp=f\{\beta_0+\beta_1Exp+e\}$
H ₃ : La planificación se relaciona en la creación de un nuevo negocio	$Emp=f\{\beta_0+\beta_1Plna+e\}$

Fuente: Elaboración propia

Todo el análisis descriptivo se desarrolló a través de un comparativo en cada dimensión, teniendo como eje transversal la variable género del emprendedor/a y se aplicó el estadígrafo Chi-Cuadrado para verificar las hipótesis, a fin de conocer si dos variables cualitativas están relacionadas o no lo están, es decir, si el valor de una de ellas puede depender del valor de la otra (Orús-Lacort, 2014, p.117).

RESULTADOS

Estado laboral y tipo de ocupación

El análisis del estado laboral de los graduados de la facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, exhibe que de los 887 graduados, 626 se encuentran trabajando a la fecha del estudio, lo que representa un 70,6 % de la población. Probablemente algunos graduados de la cohorte septiembre 2016 – marzo 2017 que acaban de obtener su título están buscando trabajo para insertarse en el mercado laboral o pensando en emprender en un negocio propio.

De esta misma población el 9,9 %, que corresponde a 62 emprendedores, han creado su propia empresa y de estos 62 nuevos empresarios, el 62,9 % lo han hecho en áreas afines a su profesión. Por otro lado, de los 887 graduados el 90,1 % se estableció en empleos bajo

relación de dependencia. Esto indica que los graduados logran ubicarse en un puesto de trabajo en empresas ya establecidas. La facultad de Contabilidad y Auditoría forma profesionales desde hace 47 años y se ha posicionado con sus graduados a nivel regional y nacional, gracias a un perfil que cubre las necesidades empresariales.

Para la Universidad Técnica de Ambato el emprendimiento es una competencia transversal en todas las carreras en las diferentes Facultades. La malla curricular aplicada en las carreras de la facultad de Contabilidad y Auditoría, incluyen asignaturas como Emprendimiento y Gestión de Proyectos Socio Productivos, buscando un perfil profesional con características emprendedoras.

Peña, Guerrero y González-Pernia (2015) reconoce el rol de la educación superior y de las universidades como promotoras de emprendimiento e innovación y la preparación de calidad para la creación, así como para la administración y dirección de empresas, al igual que los programas de formación continua. La formación universitaria -como lo define Marcet (2013) citado en Juliá (2014, p.21)- puede ser no solamente una magnífica plataforma de emprendedores recién egresados sino también mayores y de dinámica de emprendimiento corporativo de empresas consolidadas.

El reto para las universidades, entonces, es la formación de individuos capaces de iniciar proyectos de distinta índole para propiciar el cambio y el crecimiento de beneficios colectivos o, incluso, de asumir riesgos moderados y calculados como el que implica la creación de una empresa (Ecotec, 2007, citado en Sanabria-Rangel, Morales-Rubiano & Ortiz-Riaga 2015, p.120).

Tabla 3. Estado laboral

Actualmente usted se encuentra trabajando	
Sí	70,60 %
No	29,40 %
Total	100 %
En su trabajo usted se desempeña:	
Empresa propia (independiente)	9,90 %
En relación de dependencia	90,10 %
Total	100 %
¿Su negocio es afín a su profesión?	
Sí	62,90 %
No	37,10 %
Total	100 %

Fuente: Elaboración propia

El 29,4 % que indica no estar trabajando actualmente podría corresponder a la cohorte más reciente graduada en marzo de 2017 que está buscando trabajo, y por otro lado, la realidad del comportamiento de estos graduados en la Universidad, propio de la experiencia obtenida por la Comisión de Seguimiento a Graduados de la Facultad, es que algunos de ellos estuvieron trabajando a la par de sus estudios y suspendieron temporalmente esta actividad durante el proceso de graduación.

Del 70,6 % de los graduados que se encuentran trabajando, el 90 % se ha ubicado en un puesto de trabajo en relación de dependencia lo cual coincide con estudios anteriores como los de Filgueira-Vizoso, Lado-Sestayo y Portela-Maseda (2013). Este resultado es coherente con la labor tradicional de la Universidad de formar profesionales aptos para cumplir con los requerimientos sociales e indica además que el perfil profesional que la Facultad ofrece concuerda con las necesidades de la demanda laboral, por lo tanto exige del ámbito académico un continuo ajuste a estas necesidades. Del 70,6 % que se

encuentra laborando, el 10 % que corresponde a 62 emprendedores que han creado un nuevo negocio.

Emprendimiento por género (masculino y femenino)

Tabla 4. Emprendimiento por género

Masculino	25,80 %
Femenino	74,20 %
Total	100 %

Fuente: Elaboración propia

De los 62 emprendedores el 74,2 % corresponde a mujeres y el 25,8 % hombres, datos acorde a la tendencia creciente de las mujeres a cambiar roles por ejemplo, asumiendo el de empresarias, disminuyendo la brecha existente con los hombres y abriéndose paso hacia mayores posibilidades de educación, al desarrollo de capacidades y conocimientos y a la mayor incorporación al mercado laboral (Escandón & Arias, 2011, citado en Saavedra-García & Camarena-Adame, 2015).

Si se analiza esta situación desde la perspectiva de que el presente estudio se enfoca en el emprendimiento de mujeres con titulación universitaria, permite vislumbrar que la formación universitaria es la que influye positivamente en la puesta en marcha del nuevo negocio y que este efecto impulsor es mayor en las mujeres (Fernández, Rodeiro, Rodríguez & Vivel, 2013; Filgueira-Vizoso, Lado-Sestayo y Portela-Maseda, 2013). Además, cabe destacar que la población estudiantil y de graduados y graduadas de la facultad de Contabilidad y Auditoría tiende a ser femenina, con una relación 80-20, lo cual se condiciona previamente por los perfiles profesionales en donde la mujer tiene mayor opción en el mercado laboral de la región.

Tanto hombres como mujeres, en una proporción de 75 % y 59 %

respectivamente, han emprendido en un negocio afín a su profesión, por lo tanto, la educación universitaria recibida por los ahora emprendedores está siendo eficaz en cuanto a la formación profesional se refiere y cumple con la razón de ser de la universidad, como promotora y formadora de capital humano cualificado para la sociedad.

Emprendimiento por género y educación universitaria

Tabla 5. Negocio afín a su profesión

Su negocio es afín a su profesión	Sí	No	Total
Masculino	75,00 %	25,00 %	100 %
Femenino	58,70 %	41,30 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

El 75 % de los hombres decidió crear sus empresas en áreas afines a su profesión, frente al 58,7 % de las mujeres. Tal como indican Marulanda-Valencia, Morales-Gualdrón (2016) respecto a la formación como parte del perfil emprendedor, quienes inician un negocio afín a su profesión, no lo hacen por necesidad, sino que se dedican a la actividad que ellos escogieron como carrera y “es apenas natural que esperen vivir de ella”.

Negocios familiares y nueva creación

Tabla 6. Tipo de negocio

Su negocio es:	Nueva creación	Empresa familiar	Total
Masculino	68,80 %	31,20 %	100 %
Femenino	65,20 %	34,80 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

El 65,20 % de las graduadas ha creado nuevas empresas, mientras

que 34,80 % de ellas administra empresas familiares establecidas. El 68,80 % de los graduados ha creado nuevas empresas mientras que el 31,20 % gestiona empresas familiares. Se deduce entonces que en este grupo de graduados y graduadas, predomina la creación frente a la gestión de empresas familiares establecidas.

Emprendimiento, edad y género

Tabla 7. Edad del emprendedor

Seleccione en los siguientes rangos su edad al momento de crear su negocio	Masculino	Femenino
20-35	93,80 %	95,70 %
36-50	0,00 %	4,30 %
>51	6,20 %	0,00 %
Total	100 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

La edad en la que los emprendedores (hombres y mujeres) crearon su empresa oscila entre los 20 y los 35 años, lo cual es inferior al rango de edad establecido por el Peña, Guerrero y González-Pernia (2015), el cual menciona que el promedio de edad instituido de los emprendedores se encuentra en los 39 años de edad. La juventud, es sin duda, una variable determinante al momento de emprender un nuevo negocio.

Sector económico del emprendimiento y género

Tabla 8. Sector económico

Especifique el sector de su negocio	Masculino	Femenino
Manufactura	0,00 %	8,70 %
Comercio	50,00 %	41,30 %
Servicios	50,00 %	50,00 %
Construcción	0,00 %	100 %
Total	100 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

Los graduados y graduadas de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, emprendieron en los sectores de Comercio y Servicios mayoritariamente. La participación total masculina presenta una contribución del 50 % en los sectores de Comercio y de Servicios, la participación femenina 41,3 % y 50 % respectivamente. Esto puede deberse al perfil profesional de formación en Ciencias Sociales que les orienta a crear sus empresas en áreas afines.

Para Elizundia-Cisneros (2014) las mujeres tienden a enfocar sus negocios en sectores menos rentables y poco intensivos en bienes de capital y empleados, como los de comercio y servicios, evitando enfrentarse a riesgos mayores.

Experiencia previa emprendimiento y género

Tabla 9. Experiencia previa

¿Antes de iniciar su empresa usted tenía experiencia previa en la rama de su negocio?	Masculino	Femenino
Sí	43,80 %	67,40 %
No	56,20 %	32,60 %
Total	100%	100 %

Fuente: elaboración propia.

De los 62 emprendedores que crearon su propia empresa, 43,80% masculino y 67,40% femenino, adquirieron experiencia previa a su idea de negocio, trabajando en actividades similares a las que se dedica su actual empresa. La mayor participación de este porcentaje se encuentra representado por el género femenino.

Si se compara este resultado con el momento de creación de su empresa (Tabla 10), las mujeres acumulan conocimientos previos en la rama del negocio (54,30 %), lo que permite que se independicen y creen sus propias empresas antes de terminar la carrera universitaria, en un porcentaje mayor al de los hombres (50 %). Este resultado coincide con el encontrado por Messina y Hochsztain (2015) quienes identificaron dos factores relevantes para anticipar la creación de una empresa, la situación laboral preexistente del emprendedor y conseguir financiamiento.

La experiencia previa, hace que las personas acumulen no solo conocimiento, sino también que cumplan con los requisitos y las garantías exigidas por las entidades financieras para la puesta en marcha del negocio.

Tal como se observa en la Tabla 10 las mujeres acceden a financiamiento en un 26,10 % en contraste a un 18,80 % de los hombres. Estos resultados indican que los requisitos y garantías no son objeto de discriminación de género sino de quienes (hombres o mujeres) cumplen con los requerimientos de las instituciones financieras.

Cabe resaltar el aporte de Minniti Arenius y Langowitz (2005); Alam, Jani y Omar (2011), citados en Briseño-García, O.; Briseño-García, A. y López Lira-Arjona, A. (2016), en lo que se refiere a estrategias de financiamiento para nuevos negocios, existe evidencia que la mayoría de las mujeres empiezan con capital propio, ya que la mayor parte de las empresas creadas por las mujeres son pequeñas. En el presente estudio se encontró que el uso de capital familiar o propio de las mujeres emprendedoras corresponde al 81,30 % frente a un 73,90 % de los hombres.

Tabla 10. Momento, financiamiento e innovación del negocio

Item	Opciones de respuesta	Masculino	Femenino
Usted inició su negocio	Antes de terminar la carrera universitaria	50,00 %	54,30 %
	Después de terminar la carrera universitaria	50,00 %	45,70 %
Para iniciar su negocio usted obtuvo financiamiento	Entidades del Estado	0,00 %	0,00 %
	Bancos o entidades financieras	18,80 %	26,10 %
	Capital familiar o propio	81,30 %	73,90 %
En su negocio se ha realizado innovación en:	Producto o servicio	62,50 %	56,50 %
	Procesos	18,80 %	15,20 %
	Ninguna	18,80 %	28,30 %

Fuente: Elaboración propia

Emprendimiento, innovación y género

Tabla 11. Innovación por género

Item	Masculino	Femenino
Producto o servicio	62,50 %	56,50 %
Procesos	18,80 %	15,20 %
Ninguna	18,70 %	28,30 %
Total	100 %	100 %

Fuente: Elaboración propia

Al preguntar sobre la innovación, los graduados emprendedores dicen haber innovado en producto o servicio con un 62,50 % y en procesos un 18,80 % frente a su contraparte femenina, las cuales presentan un menor porcentaje de innovación (56,50 % y 15,20 % respectivamente). En la revisión de la teoría se ha encontrado que la innovación puede tener un efecto positivo en la vida de las mujeres; sin embargo, existe una baja representación de ellas en los ambientes de la innovación (Womenable, 2010, citado en Palacios-Preciado & Becerra-Gualdrón, 2013).

La innovación como capacidad organizativa se considera como un capital intangible y de valor futuro (Goñi, 2010, citado en Palacios-Preciado & Becerra-Gualdrón, 2013).

Tabla 12. Plan de negocio en la creación de la empresa

¿Al iniciar su actividad empresarial contó con un plan de negocios?	Masculino	Femenino
Sí	37,50 %	45,70 %
No	62,50 %	54,80 %
Total	100%	100 %

Fuente: Elaboración propia

El 45,7 % de las mujeres elaboró un plan de negocios, en contraposición al 37,5 % de los hombres. Es interesante evidenciar que son las mujeres universitarias quienes mayoritariamente inician con un plan de negocios.

El uso de esta herramienta permite al emprendedor establecer los recursos que se requieren para iniciar su idea de negocios. Llama la atención que el 62,5 % de los graduados y el 54,30 % de las graduadas, indican no haber elaborado un plan de negocios previo a la puesta en marcha de su empresa. La razón para no realizar un plan de negocios, según Ramos, *et al.* (2013) citados en Elizundia-Cisneros (2014), es la creencia de que no vale la pena desperdiciar tiempo para hacer un plan de negocios formal. En el caso de la malla curricular de la carrera de Economía se dicta la asignatura de Formulación y Evaluación de Proyectos, por lo tanto forma parte de la formación profesional de estos emprendedores.

HIPÓTESIS

Con el objetivo de comprobar si la variable género está relacionada con la variable emprendimiento en los graduados y graduadas, se

utiliza el estadístico Chi-cuadrado, con la intención de cruzar las dos variables. Se ingresan los datos al *software* estadístico SPSS y se obtiene una tabla de contingencia de 2x2 el valor asintótica que debemos visualizar es la corrección de continuidad, por lo que se trabaja con un grado de libertad $gl = ((f-1)*(c-1))$ el p-valor es de 0.388; para que una prueba de hipótesis sea significativa o exista una asociación entre las variables, el p-valor debe ser menor que 0.05 con un nivel de confianza del 95 %. En este caso, de los resultados obtenidos, se puede concluir que el género no es un factor que influye en la variable emprendimiento.

Tabla 13. Prueba de Chi Cuadrado aplicada para la comprobación de 3 hipótesis

Pruebas de Chi-Cuadrado	Hipotesis 1:		Hipotesis 2		Hipotesis 3	
	Valor	Significación asintótica	Valor	Significación asintótica	Valor	Significación asintótica
Chi-Cuadrado de Pearson	1,352 ^a	0,245	10,829 ^a	0,001	0,124	0,644
Corrección de continuidad	0,744	0,388	9,126	0,003	0,037	0,848
Razón de verosimilitud	1,408	0,235	10,905	0,001	0,213	0,644
Prueba exacta de Fisher						
Asociación lineal por lineal	1,331	0,249	10,654	0,001	0,211	0,646
N de casos válidos	62		62		62	

Fuente: elaboración propia.

En el segundo modelo se utiliza la prueba estadística Chi-cuadrado obtenido un p-valor de 0.003, la cual indica que las variables están totalmente relacionadas, y se puede concluir que para la creación de un nuevo emprendimiento o negocio es de crucial importancia la experiencia que tenga en dicha área.

Para el tercer modelo la hipótesis planteada no se comprueba, ya que los resultados presentan un p-valor de 0.848, de lo cual se puede concluir que para un negocio creado ya sea nuevo o familiar no se necesita un plan de negocios para llevar a cabo un emprendimiento.

CONCLUSIONES

La Universidad tiene como labor formar profesionales competentes, que al término de sus carreras puedan ubicarse en puestos de trabajo. El perfil profesional de los graduados y graduadas debe ajustarse a los requerimientos y necesidades de la sociedad. En ese sentido el presente estudio evidencia un alto nivel de ajuste al perfil profesional que cubre la demanda laboral, ya que el 70 % de los titulados de la facultad de Contabilidad y Auditoría están trabajando tanto en el sector público como en el privado. Es cierto también que la Universidad propende a la formación integral del ser humano, capaz de actuar proactivamente y de forma emprendedora en la sociedad. En el caso de la Universidad Técnica de Ambato la competencia emprendedora es transversal, por lo tanto se espera que los graduados y graduadas estén en capacidad de generar nuevas empresas propiciando el autoempleo y creando otros puestos de trabajo. En el presente estudio del 70 % de los graduados y graduadas que se encuentra trabajando, el 10 % logró crear nuevas empresas, en la Facultad estudiada.

Se puede concluir además que los emprendedores son jóvenes profesionales de Contabilidad, Finanzas y Economía, que decidieron crear su empresa cuando tenían entre 20 y 35 años de edad, en los sectores comercio y servicios mayoritariamente. Un dato interesante corresponde al hecho de que un pequeño grupo de emprendedoras creó su empresa en el sector manufactura, a pesar de que se trata de un sector con mayor intensidad de inversión y bienes de capital.

Contrario a lo que establece la literatura, estas emprendedoras no han presentado aversión al riesgo.

Una importante conclusión corresponde a que tanto los graduados como las graduadas han creado nuevas empresas o negocios en áreas afines a su profesión, lo cual indica que no se trata de emprendimiento por necesidad sino por oportunidad. Por otro lado, confirma que sin duda la universidad está cumpliendo con su misión de formar profesionales cualificados y emprendedores, que utilizan su profesión como eje de su desarrollo personal y del desarrollo colectivo.

Si se considera que del total de encuestados el 78,2 % son mujeres, es coherente el hecho de que el componente de mujeres que han creado su propia empresa, en este estudio, supera al emprendimiento masculino, es decir, más mujeres que hombres han emprendido y han iniciado su empresa con la elaboración de un plan de negocios, además dicen haber realizado algún tipo de innovación, confirmando que se han convertido en emprendedoras por oportunidad.

Finalmente, en el presente estudio cabe analizar que tanto el perfil profesional como las potencialidades del ecosistema empresarial de la región han sido determinantes para el desarrollo del conocimiento tácito durante su formación profesional, lo cual permitió obtener la experiencia previa necesaria, que después los impulsó a la creación de su empresa y paulatinamente esta experiencia contribuye a la innovación.

Se comprobó que la experiencia previa es decisiva al momento de crear un nuevo negocio o empresa en el caso de los jóvenes profesionales de la facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato en Ecuador.

Agradecimientos

Los autores dejan constancia de su agradecimiento a la Comisión de Seguimiento a Graduados de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, que ofreció la base de datos y colaboró con la recogida de información.

Al señor Oscar Iván Silva Tipantasig estudiante de la facultad, por su activa colaboración en la explotación y manejo de la base de datos, así como en la estructuración del presente trabajo conjuntamente con el equipo de investigadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aliaga, C. & Schalk, A. E. (2010). E2: Empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*, 33(1), 319-337.
- Becerra, G. C. J. & Palacios, P. M. (2013). Diseño de un modelo con enfoque de género para la medición de capacidades de innovación empresariales: Aplicación a Boyacá. *Criterio Libre*, 11(19), 281-308.
- Borjas-De Xena, L. (2012). La educación empresarial en instituciones de educación superior venezolanas. *Estudios Gerenciales*, 28(125), 51-58.
- Bravo, E. (2012). Globalización, innovación tecnológica y pobreza. Aproximación a las nuevas conceptualizaciones en Latinoamérica. *Espacio Abierto*, 21(3), 543-556.
- Briseño-García, O.; Briseño-García, A. & López Lira-Arjona, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23-46.
- Camarena, M. E., Saavedra, M. L., Ducloux-Saldívar, D. (2015). Panorama del género en México: Situación actual. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 13(2).

- Díaz, Y., Guerrero, M. & Peña, I. (2015). Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo. *Universia Business Review*, (47).
- Duque, O., Palacios, P. M. & Becerra, G. C. J. (2013). Posibilidades para la redefinición del modelo de negocio del CREBIP. *Apuntes del CENES*, 32(55), 189-212.
- Elizundia-Cisneros, M. E. (2014). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60(2), 468-485.
- Ferreiro-Seoane, F. J., Vaquero-García, A. (2013). La realidad de la participación femenina en los viveros de empresas en Galicia. En Ana Jesús Lopez-Díaz (Ed.), *Emprender: Una perspectiva de género* (57-68). A Coruña: Ed. Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións. Recuperado de https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/EMPREN- DER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf
- Filgueira-Vizoso, A., Lado-Sestayo, R., Portela-Maseda, M. (2013). Diferencias de género en el emprendimiento en las Ingenierías. En Ana Jesús López-Díaz (Ed.), *Emprender: Una perspectiva de género* (97-110). A Coruña: Ed. Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións. Recuperado de https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/EM- PRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf
- Fuentelsaz, L. & Montero, J. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? *Universia Business Review*, (47).
- García-García, V.D. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de Universidad/Youth Entrepreneurship: An assessment with university students/Empreendimento empresarial juvenil: avaliação com jovens estudantes em universidades. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221.
- Guerrero-Ramos, L., Gómez-Gutierrez, E. L., Armenteros-Acosta, M. (2014). *Mujeres emprendedoras: Similitudes y diferencias entre las*

- ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila. Flash drive issn 1941-9589 online, 761.
- Juliá, J. F. (2014). Tribuna de opinión: emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV. *Revesco: Revista de Estudios Cooperativos*, (113), 7-27. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1541480100?accountid=36765>
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington, DC: Banco Mundial. Doi: 10.1596/978-1-4648-02842-3. Licencia: Ccreativecommons de Reconocimiento CCBY3.0IGO
- Madill, J., Riding, A. & Haines, G. (2012). Women entrepreneurs: debt financing and banking relationships. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(2), 121-142.
- Marulanda-Valencia, F.A. & Morales-Gualdrón, S.T. (2016). Conditions and Motivations to Undertake. *Revista EAN*, (81), 12-28.
- Messina, M. & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnicas de *data mining* (Entrepreneurial success factors: An exploratory study based on Data Mining Techniques). *Tec Empresarial*, 9(1), 30-40.
- Neira-Gómez, I., Portela-Maseda, M., Fernández-Fernández, L. & Rodeiro-Pazos, D. (2013). Actitud emprendedora: Un enfoque a través de los jóvenes y el género. En Ana Jesús López-Díaz (Ed.), *Emprender: Una perspectiva de género* (69-84). A, Coruña: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións. Recuperado de https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/EMPRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf
- Orús-Lacort, M. (2014). *Estadística descriptiva e Inferencial. Esquemas de Teoría y problemas resueltos*. [Versión de Springer]. Doi: 10.1007/978-0-387-85784-8.

- Pineda-Duque, J.A. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Revista Sociedad y Economía*, (26).
- Pineda-Serna, L., Rojas, M. & Linares, J. (2011). La formación de calidad y el optimismo por el futuro laboral de los jóvenes en la universidad. *Investigación y Desarrollo*, 19(2), 298-319.
- Peña, I., Guerrero, M. & González-Pernia, J. (2015). Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2015. España, España: Dusgraphic, S. L.
- Quevedo-Monjarás, L. M., Izar-Landeta, J. M. & Romo-Rojas, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18(46).
- Rodríguez, M. J., Fernández, S., Rodeiro, D. & Vivel, M. (2013). Emprendimiento tecnológico ¿Una cuestión de género también en la Universidad? *Jornadas Hispanolusas*, 7-9.
- Saavedra-García M. L., Camarena, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129-152.
- Sanabria-Rangel, P. E., Morales-Rubiano, M. E. & Ortiz-Riaga, C. (2015). Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación y Educadores*, 18(1).
- Viloria-Escobar, J., Daza-Corredor, A. & Miranda-Terraza, L.F. (2016). Perfil emprendedor de los graduados de Administración de Empresas de la Universidad de Magdalena, 2010-2014. *Contexto*, 5, 161-171.

Cómo citar este capítulo:

Morales Carrasco, L. V., Lascano Aimacaña, N. R., Núñez Valencia, E. R., & Albornoz Garzón, M. A. (2018). Mujeres universitarias creando empresas. Un caso de estudio en Ambato, Ecuador. En R. Mazuera-Arias, N. Albornoz-Arias, M. Vivas-García, M.-A. Cuberos, A.-K. Santafe-Rojas, M.-T. Carreño-Paredes, . . . M. Á. Vera, N. Albornoz-Arias, & R. Mazuera-Arias (Edits.), *Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria* (pp.239-268). Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.