

TÍTULO:

**LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y SU INFLUENCIA EN LA INTENCIÓN DE
EMPRENDER DE LAS ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS DE BOGOTÁ D.C.¹**

TITLE:

**GENDER STEREOTYPES AND THEIR INFLUENCE ON THE
ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF FEMALE UNIVERSITY STUDENTS IN
BOGOTA D.C.**

Autores:

Angy Carolina Espitia Molina

Programa de Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá

Correo electrónico: acespitia@unbosque.edu.co

Estefanny Andrea Lora Espitia

Programa de Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá

Correo electrónico: elora@unbosque.edu.co

¹ Trabajo de grado para obtener el Título de Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020



UNIVERSIDAD
EL BOSQUE

Directora:

Blanca Viviana Adames Navarrete

Correo electrónico: badames@unbosque.edu.co

Resumen:

Propósito

El propósito de este estudio cuantitativo correlacional-transversal de campo es determinar la relación que existe entre la discriminación de género y el acoso sexual con la intención de emprender de las estudiantes universitarias de Bogotá D.C durante el segundo semestre del año 2020.

Diseño / metodología / enfoque

En el presente estudio, los autores utilizaron como instrumento de investigación, encuestas electrónicas realizadas a 108 estudiantes universitarias con edades entre 17 y 37 años.

Hallazgos

Los resultados obtenidos sugieren que la relación que existe entre la discriminación de género percibida hacia sí misma, la discriminación de género percibida hacia otras mujeres, y el acoso sexual percibido hacia sí misma presentan una correlación significativa y negativa con la intención de emprender.

Limitaciones

Las limitaciones de este estudio son: el diseño del estudio (transversal), la muestra no representa a toda la población femenina universitaria y la posibilidad de un sesgo de auto reporte.

Palabras claves: Estereotipo; estereotipo sexual; discriminación sexual; abuso sexual.

Abstract:

Purpose

The purpose of this quantitative correlation-cross-sectional field study is to determine the relationship between gender discrimination and sexual harassment with the entrepreneurial intentions of female university students in Bogotá D. C during the second semester of 2020.

Design / methodology / approach

In the present study, the authors used as a research instrument, electronic surveys conducted with 108 university students.

Findings

The results obtained suggest that the relationship between perceived gender discrimination towards oneself, perceived gender discrimination towards other women, and perceived sexual harassment towards oneself present a significant and negative correlation with the entrepreneurial intention.

Limitations

The limitations of this study are the design of the study (cross-sectional), the sample does not represent the entire female university population, and the possibility of self-reporting bias.

Keywords: *Stereotypes; gender stereotypes; gender discrimination; sexual abuse.*

Introducción

La identificación y el aprovechamiento de oportunidades de negocio convierten a una persona en emprendedor. Su principal objetivo es diseñar una estrategia que le permita agregar valor a esta oportunidad a través de la creación y el desarrollo de su emprendimiento, asumiendo los riesgos que esto conlleva (Duarte, 2007).

En Colombia, el emprendimiento se calcula a través de la Tasa de Actividad Emprendedora y se encuentra dividido en 2 etapas: empresarios nacientes y empresarios nuevos. Durante el año 2019, la TEA masculina de empresarios nacientes era del 16% mientras que, la TEA femenina era del 14,6%. Así mismo, la TEA masculina de empresarios nuevos era del 7,8% y la TEA femenina era del 6,8%. Por lo que, en Colombia, la brecha entre los emprendimientos masculinos y femeninos continúa vigente (Rodrigo et al., 2020).

Es por esto que, con esta investigación, se busca determinar la relación que existe entre la discriminación de género y el acoso sexual con la intención de emprender de las estudiantes universitarias de Bogotá D.C durante el segundo semestre del año 2020. Para esto, se plantea la pregunta central de la investigación, ¿Existe una asociación (relación) entre la intención de emprender de las estudiantes de la Universidad El Bosque y la discriminación de género?.

Así mismo, para responder esta pregunta, se hace necesario recurrir a los objetivos, los cuales permitirán dar continuidad a la investigación, dentro de éstos están: Determinar la relación que existe entre la discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas y la intención de emprender, determinar la relación que existe entre la discriminación de género hacia otras mujeres y la intención de emprender, determinar la relación que existe entre la discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas y la intención de emprender, y determinar la relación que existe entre el acoso sexual hacia otras mujeres y la intención de emprender.

De igual forma, se establecieron cuatro hipótesis. La primera se refiere a que la discriminación de género hacia uno mismo afecta negativamente la intención de emprender

de las estudiantes universitarias. La segunda hipótesis es que la discriminación de género percibida hacia otras mujeres afecta negativamente la intención de emprender de las estudiantes universitarias. La tercera hipótesis es que el acoso sexual hacia uno mismo afecta negativamente la intención de emprender de las estudiantes universitarias. Por último, la cuarta hipótesis establece que el acoso sexual percibido hacia otras mujeres afecta negativamente la intención de emprender de las estudiantes universitarias.

Implicaciones prácticas: Los resultados presentados en este estudio se pueden utilizar para diseñar intervenciones preventivas frente a la inequidad de género, y espacios educativos y/o empresariales que contribuyan al empoderamiento femenino.

Implicaciones sociales: A través de este proyecto, se busca concientizar a las estudiantes universitarias sobre la influencia que tiene la percepción de discriminación de género y de acoso sexual, ya sea por parte de ellas mismas o de otras.

Originalidad / Valor: Esta investigación es útil debido a que las jóvenes universitarias podrán tener la oportunidad de conocer cómo influye la discriminación de género y el acoso sexual en la intención de emprender de las mismas. Dentro de este proyecto, se verán beneficiadas las jóvenes de las universidades que tiene alguna intención de emprender, ya que en esta investigación se analizarán las variables que influyen en el emprendimiento femenino tales como discriminación de género y acoso sexual. El desarrollo de esta investigación servirá como fundamento para las personas que quieran conocer o realizar estudios posteriores sobre la intención de emprender de las estudiantes universitarias de la ciudad de Bogotá D.C.

Este estudio se encuentra dividido en seis secciones. La presente sección denominada introducción es un acercamiento al planteamiento del problema a tratar en esta investigación, los objetivos y las hipótesis planteadas.

Posteriormente, en la segunda sección se presenta el marco teórico y conceptual compuesto por la teoría del rol social de género, teoría de la acción razonada y la teoría del triángulo invertido. Así mismo, se definen los siguientes conceptos: género como la

designación de roles realizada por la sociedad a los individuos; estereotipos de género como una serie de juicios dirigidos hacia los individuos considerando sus capacidades al tiempo que, define su conducta y percepción; acoso sexual como el cambio brusco de la relación entre dos o más individuos afectando negativamente a uno de estos; emprendimiento como la capacidad que posee un individuo de crear y/o adaptar una idea con el fin de obtener un beneficio mutuo y común; e intraemprendimiento como la capacidad que tiene un individuo de crear y/o adaptar una idea dentro de la organización a la cual pertenece.

Después, en la tercera sección se presenta la metodología de la investigación explicando el enfoque de esta, las unidades de análisis, los instrumentos utilizados y el proceso a seguir para la obtención y análisis de los resultados.

Seguidamente, en la cuarta sección se exponen los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas con su respectivo análisis.

En la quinta sección, los resultados obtenidos en la etapa anterior son discutidos. Así mismo, se presentan las implicaciones prácticas, las limitaciones del estudio y las recomendaciones para futuras investigaciones.

Finalmente, en la sexta sección se presenta la conclusión de la investigación.

Revisión de Literatura

Tras una búsqueda exhaustiva sobre la temática, se presentan varias investigaciones de carácter internacional y nacional relacionadas con los objetivos de este estudio.

Internacionales

Shinnar et al. (2012) realizaron la investigación *Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture* con el propósito de analizar la influencia de la cultura y el género en las percepciones e intenciones empresariales desde la perspectiva cultural. Para esto, se realizó una encuesta a 761 estudiantes en China, Estados Unidos y Bélgica. Los resultados sugieren que no existen brechas de género por lo que, las

percepciones de apoyo no están determinadas por la cultura, sino por el género y/o las políticas gubernamentales. También, el miedo al fracaso tiene mayor importancia para las mujeres de Estados Unidos y Bélgica. Por otro lado, en el caso de China no se presentó esta situación, debido a que los hombres y las mujeres deben mantener una buena reputación y apariencia ante la sociedad china.

Así mismo, Sánchez Cañizares y Fuentes García (2013) en su investigación *Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español* buscan comparar la intención de emprender de los estudiantes universitarios con su valoración de la imagen del empresario a través de un análisis descriptivo univariante y bivariante. Para esto, realizaron encuestas a 1.400 estudiantes de la Universidad de Córdoba en España. Los hallazgos del estudio plantean que los hombres consideran que poseen creatividad, autoconfianza, optimismo y tolerancia frente al fracaso. Por otro lado, las mujeres presentan mayor disciplina, y resistencia a largo plazo, pero, con mayor temor de fracaso. Por lo que, las mujeres presentan menor intención de emprender en los próximos años.

De igual manera, Rubio-Bañóna y Esteban-Lloret (2016) realizaron el estudio *Cultural factors and gender role in female entrepreneurship* mediante encuestas telefónicas o cara a cara. A través de este estudio, se determina la razón por la cual los hombres emprenden más que las mujeres. Así mismo, analiza los índices de actividad emprendedora desde una perspectiva cultural. La metodología utilizada en este estudio es un diseño cuantitativo exploratorio. Los resultados obtenidos mostraron que si una cultura tiene un valor alto en la escala de masculinidad, las diferencias de género son más notables, sin embargo, es posible que las tasa de emprendimiento sea mayor. Por otro lado, si este valor es bajo, se espera mayor oferta de empleo.

Del mismo modo, Türko (2016) en su investigación *¿Puede la educación empresarial reducir los estereotipos contra las mujeres? ¿Emprendimiento?* busca determinar si las capacitaciones en emprendimiento pueden reducir los estereotipos contra el emprendimiento femenino. En esta investigación se analizan los obstáculos sociopsicológicos al espíritu empresarial de las mujeres en Turquía, para esto, se realizó un estudio experimental, donde

se aplicó un cuestionario a estudiantes de dos universidades. Los resultados de esta investigación indican que existen diferencias sustanciales entre los dos grupos, se puede concluir que la modificación de los planes de estudio de educación empresarial contribuirá a reducir los estereotipos que obstaculizan el espíritu empresarial de las mujeres. Esta investigación se relaciona con el proyecto debido a que el tema central que propone la autora son los estereotipos contra el emprendimiento femenino, donde proponen una educación empresarial para reducir esta problemática.

Por otro lado, Novillo Maldonado et al. (2017) realizaron la investigación *Análisis de actitud emprendedora en estudiantes universitarios: una perspectiva de género* a través de encuestas realizadas a dos muestras independientes de 100 hombres y 100 mujeres de manera aleatoria de la Universidad Técnica de Machala. Esto, con la finalidad de realizar una comparación de la actitud emprendedora, entre hombres y mujeres para encontrar la existencia de diferencias significativas en los valores obtenidos. Los resultados de este estudio cuantitativo sugieren que las mujeres presentan mayores actitudes emprendedoras a comparación de los hombres considerando la media obtenida. Así mismo, no se identificaron diferencias significativas de género entre los participantes.

De forma similar, Magán Molina (2018) en su investigación *Emprendimiento con perspectiva de género. Proyecto de intervención para facilitar el emprendimiento femenino en la universidad* busca distinguir mecanismos y procesos enfocados en fortalecer el rol de la mujer como emprendedora. Es por esto que, diseñó un programa de intervención enfocado en medidas para el emprendimiento (especialmente el emprendimiento femenino). También, propuso una guía para las entidades con el fin de incentivar el emprendimiento igualitario a través del uso del lenguaje inclusivo y la promoción positiva de los valores de la mujer.

Así mismo, Krauss Delorme et al. (2020) en su artículo *Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario* plantea un análisis sobre los desafíos que presentan las universidades al momento de empoderar a las mujeres con el fin de generar un impacto positivo en la intención de emprender. Para esto, los autores utilizaron la base de datos producto de la octava versión del estudio Global University Entrepreneurial Spirit Students'

Survey. Los hallazgos principales sugieren que el contexto universitario y el contexto familiar presenta una correlación positiva y significativa con las variables de actitud personal y el control percibido interno. Igualmente, en el estudio se propone que mediante la educación empresarial se puede potenciar las capacidades de cada individuo en el proceso de toma de decisiones, generando la mentalidad emprendedora en un entorno real.

Igualmente, Moriano León et al. (2006) en su investigación *el perfil psicosocial del emprendedor universitario* cuyo objetivo es analizar las variables psicosociales que permiten elaborar el perfil del emprendedor universitario en España. La muestra utilizada estaba formada por 601 estudiantes universitarios procedentes de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Los resultados indican que los estudiantes, en general, tienen una alta intención de trabajar por cuenta ajena, en una empresa privada o en la Administración Pública, y una baja intención de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo. Específicamente, se ha encontrado que el género, la familia, la experiencia laboral, la educación hacia el autoempleo, el apoyo social, la percepción de barreras y los valores individualistas y colectivistas permiten predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

Así mismo, Samaniego (2017) en su investigación *emprendimiento y el rol de la mujer. Caso ecuatoriano* cuyo objetivo es mostrar el término emprendimiento desde el punto de vista conceptual, entendiéndose que por emprendimiento se derivan algunas teorías que permiten observar que es una característica que permite a las personas salir adelante con ideas novedosas. Durante esta investigación se realizó un análisis de las principales características que tienen los emprendedores observando que la edad promedio de una persona que se inicia de manera temprana en el emprendimiento es de 36 años, a pesar de que a lo largo de los años ha existido una paridad al momento de emprender entre los hombres y mujeres, se observa el emprendimiento sucede con mayor proporción en las mujeres 51,1%. En los resultados de esta investigación se encontró que hay mayor proporción de mujeres en emprendimientos, esto nos permite pensar que la mujer en las últimas décadas dejó de ser invisible para la economía en el Ecuador. Los aportes realizados por la mujer abarcan varias áreas como la económica, política, social y cultural. Actualmente la Constitución de Ecuador

ofrece la posibilidad de un nuevo contrato social, partiendo de los derechos humanos y la calidad de la convivencia ética que existe entre hombres y mujeres.

De igual forma, León Serrano (2017) en su investigación la equidad de género en los emprendimientos cuyo objetivo es conocer la influencia de la equidad de género en los emprendimientos a través de la identificación de las características y aspectos de los comerciantes. En esta investigación se utilizaron encuestas para conocer la opinión de los emprendedores y a partir de ello se desarrollaron pruebas chi cuadrado de independencia para establecer análisis interpretativos. Los resultados determinan al aspecto oportunidad de negocio factor influyente para la equidad de género a diferencia de las características no relacionadas con los perfiles.

Nacional

Zambrano Vargas (2020) en su investigación *el género como factor determinante para el emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso-Colombia* cuyo objetivo es comprender los aspectos que condicionan la construcción de género como factor determinante para el proceso de emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso, para ello, se realizó entrevista semi - estructurada y observación no participante aplicada a la categoría, además de un análisis de contenido a un periódico local y algunos periódicos nacionales. Los resultados muestran que en el imaginario popular sigue la creencia de que los trabajos que conllevan el uso de la fuerza física deben ser exclusivos de los hombres, mientras que en habilidades y destrezas no hay diferencias. Sofía, Paulina y Simón coinciden en dicha afirmación puesto que sus empresas son de manufactura y la experiencia les demuestra que existe un mayor esfuerzo para sostener este tipo de organizaciones.

La revisión de la literatura concluye que existe una brecha de género en el ámbito emprendedor. Esto se debe a que, las mujeres presentan actitudes de temor frente a la posibilidad de fracaso. Así mismo, se proponen varias soluciones para minimizar esta brecha tales como: el fortalecimiento de la educación empresarial, el uso de lenguaje inclusivo y la promoción de las capacidades femeninas.

El marco teórico y conceptual

Esta sección está compuesta por tres teorías. La primera teoría es la Teoría del rol social de género en la que establece que los individuos están sujetos a roles establecidos por la sociedad y la cultura. La segunda teoría es la teoría de acción razonada en la que se afirma que una persona tiene la intención de ejecutar cierta conducta, probablemente la ejecute en el futuro, sí está dentro de sus posibilidades razonables (Ramírez-Correa et al., 2015) destacando dos factores primordiales, el personal y el social (Pintado Giménez, 2017). Por último, la tercera teoría es la Teoría del triángulo invertido donde, resalta la importancia del emprendedor, la idea y el capital en el emprendimiento.

1. Teoría del rol social de género

Esta es una teoría que sustenta cómo los roles de cada individuo interfieren en las relaciones de grupo. Los teóricos de este planteamiento prestan atención especial a la distribución de hombres y mujeres en la sociedad,

las causas más importantes, responsables de estas diferencias sexuales en los roles, son las diferencias físicas inherentes al sexo, que hacen que ciertas actividades se realicen de manera más eficiente por un sexo u otro en función de las circunstancias de cada sociedad y de la cultura (Wood y Eagly, 2002, 709).

La sociedad se encuentra repartida y organizada dependiendo de los roles de cada individuo y esto está determinado por normas de acuerdo con las responsabilidades de los miembros.

La ocupación del mercado y de sus integrantes está determinada por el género, para esto es necesario la interacción de tres factores que son:

- a. Pertenencia a un grupo u otro (ser hombre o mujer)

La identidad es el conjunto de cualidades y comportamientos característicos que posee un individuo permitiéndole pertenecer a un grupo, a su vez que, lo diferencia de otros

(Rocha, 2009). La identidad personal es construida a partir de la identidad sexual porque, a través de esta, se atribuyen las características a la masculinidad (macho) y a la feminidad (hembra). Estas atribuciones crean controversias entre los dos grupos, ya que considera las diferencias biológicas que existen entre los dos sexos (Lara , 1991).

b. Identificación del individuo con las características del género (masculino o femenino)

Existen unas características específicas relacionadas con los hombres y las mujeres, las cuales son creadas por la sociedad produciendo así una desigualdad que ha sido transmitida culturalmente, “El enfoque de género contribuye a comprender que muchas de las cuestiones que se consideran como atributos naturales de las mujeres o de los hombres son en realidad características construidas socialmente y no están determinadas por la biología” (Gallegos, 2012). Culturalmente se han creado ciertos patrones de conducta, esto con el fin de diferenciar lo masculino y lo femenino. Por ejemplo, los niños se crían bajo el pensamiento de no ser sensibles, valientes y racionales, en cambio, las niñas se crían bajo el criterio de ser dóciles, calladas, tiernas y dispuestas a servir.

c. Los estereotipos de género

Los estereotipos son apreciaciones y/o juicios personales o colectivos que se le realizan a otro. Estos generan un panorama incompleto y distorsionado del objeto de juicio considerando que, en este proceso influyen varios factores como: juicios basados en creencias, conocimientos o aspectos culturales conduciendo a resultados con sesgos y poca o nula crítica; y juicios basados en información de segunda mano (Amossy y Herschberg, 2010).

Según Montes Berges (2008) los estereotipos son imágenes distintivas de cierto individuo o grupo de individuos, cuando estos son aceptados por un colectivo, la expresión de ideas es mucho más fácil y la comunicación más fluida. Esto se debe a que, la mente asocia (muchas veces de manera inconsciente) rápidamente los estereotipos con la situación

presente generando juicios. Sin embargo, distorsiona la percepción propia sobre un entorno global (Gamarnik, 2009).

De igual manera, Bar-Tal (1994, p. 21-22) afirma que “Los estereotipos, definidos como creencias almacenadas sobre las características de un grupo, se desarrollan en los procesos intergrupos”, estas creencias permiten generar identidades personales y colectivas guiadas por sesgos. También, el autor resalta que los estereotipos se crean, se transforman, se mantienen o desaparecen por las personas o el colectivo.

Los estereotipos juegan tres roles: el primero es el cognitivo donde se relaciona la percepción y la realidad a partir de los valores culturales e información de segunda mano. El segundo es el social caracterizado por la relación e interacción entre los individuos del grupo y la interacción de estos con otros grupos. Por último, el literario, donde la interpretación de un texto es diferente dependiendo de quién lo lea al igual que, la influencia de este (Fernández Montesinos, 2016).

Existen diferentes tipos de estereotipos entre los cuales se encuentran: los estereotipos religiosos, políticos, de clase, económicos, de género, sociales, entre otros. En este estudio se hará énfasis en los estereotipos de género.

Antes de definir los estereotipos de género, es necesario precisar que la palabra género habitualmente se ha definido como la agrupación de las características biológicas, sociales y culturales propias de la feminidad y la masculinidad (Khaleeva y Khomovich, 2016) De igual manera, desde la óptica de la sociología, el género es considerado como un mecanismo por el cual, la sociedad delega los diferentes roles y responsabilidades de las mujeres y los hombres. De igual manera, permite establecer las brechas de poder existentes con el fin de plantear soluciones a estas diferencias (Navas, 2006).

Los estereotipos de género son el conjunto de pensamientos o convicciones que contribuyen a la existencia de oportunidades y desigualdades de género (Blández Ángel, Fernández García y Sierra Zamorano, 2007) tanto para hombres como para mujeres según sus capacidades definiendo la conducta y percepción de estos (González Gavaldón, 1999).

Es decir que los estereotipos de género permiten “que las personas tengan valoraciones propias de lo que pueden o no pueden hacer” (Naranjo, 2014, p. 7) limitando la posibilidad del desarrollo personal pleno.

Los roles que se asignan en la sociedad son representados en las propagandas de televisión, especialmente en las colombianas donde, en su mayoría la mujer es relacionada con entornos familiares mientras que los hombres son relacionados con entornos laborales, del mismo modo, las mujeres se presentan como personas dependientes y manipulables, y los hombres como seres independientes y fuertes (Velandia-Morales y Rincón, 2013).

Además de los estereotipos de género, las mujeres se enfrentan al acoso sexual laboral. En Colombia, la ley N° 1010 (2006) define el acoso sexual laboral como todo tipo de comportamiento que afecta negativamente el rendimiento en el trabajo o es el causante de la renuncia del individuo afectado. Este comportamiento es infundido por un superior, compañero o un subalterno a través de amenazas, intimidación y demás.

Normalmente, el acoso sexual se da después de la alteración moderada o repentina de una relación. En sus inicios, este cambio produce en la víctima, desconcierto y sentimiento de culpa. Con el tiempo, el agresor se aprovecha de estos sentimientos que, sumados a la soledad, facilitan la realización de sus actos denigrantes. También, la indiferencia y silencio de la organización a la cual pertenece la víctima, contribuyen y aprueban indirecta o directamente el comportamiento del agresor. El resultado final de este comportamiento es la designación de tareas desacorde a las capacidades y conocimientos profesionales de la víctima, provocándole el desinterés por sus actividades y la disminución de su confianza en sí mismo (Carvajal y Dávila, 2013).

Estos tres factores influyen de manera directa en la elección de la profesión o a lo que se dedique la persona en el transcurso de su vida, esto hace que haya una sectorización de las actividades y unos supuestos con referencia al género, por ejemplo, algunos creen que las mujeres se dedican a carreras o actividades en las que no se presente un mayor esfuerzo como lo son las artes y el lenguaje. Por su parte, los hombres se enfocan en carreras que involucren un mayor esfuerzo o dedicación como las matemáticas o las ciencias.

2. Teoría de la acción razonada

La teoría de la acción razonada (TRA) se refiere a la intención de llevar a cabo determinada conducta (Ramírez-Correa et al., 2015) para crear una rutina apropiada y que esta, sea exitosa (Andrade-Valles et al., 2018). Lo anterior se debe a que, la persona como ser racional usa información previa para generar la intención de ejecutar o no determinado proceder (Stefani, 2005; Reyes Rodríguez, 2007).

En esta teoría, la intención está conformada por el factor personal o actitudinal y por el factor social (norma subjetiva) (Pintado Giménez, 2017). El primero hace énfasis en la actitud del comportamiento en determinada situación y el segundo en la presión social percibida sobre el comportamiento (Ramírez-Correa et al., 2015).

Como ya se ha mencionado, el factor personal o actitudinal es la actitud acerca del comportamiento que conlleva a ciertos resultados y desde luego, a su evaluación. En el caso del emprendimiento, Rueda Sampedro, Fernández-Laviada, y Herrero Crespo (2013, p. 152) afirman que “la intención de emprendimiento estará influida en primer lugar por la actitud hacia el emprendimiento, es decir, por la predisposición global del individuo hacia la creación de su propio negocio y de las consecuencias asociadas a dicha conducta”. Es decir que, si la persona percibe al emprendimiento como un comportamiento con resultados positivos, su intención y deseo de emprender será mayor.

Este factor está conformado a partir de creencias obtenidas de forma directa (experiencia propia) y de forma indirecta (experiencia externa) sobre los comportamientos. Estas pueden ser duraderas si se refieren a instituciones públicas, financieras, religiosas, gubernamentales, entre otras y pasajeras si se refieren a personas (Reyes Rodríguez, 2007). No obstante, las personas tienen múltiples creencias disminuyendo la seguridad que de realice determinada acción. Sin embargo, estas pueden señalar la relevancia y el interés que representan para el individuo (Pintado Giménez, 2017).

El factor social está determinado por las normas subjetivas derivando dos elementos, el primero es la percepción social acerca del comportamiento de la persona y el segundo es

la motivación que posee la persona para cumplir con las expectativas de la sociedad (Rueda Sampedro et al, 2013). Retomando el ejemplo anterior sobre el emprendimiento, el deseo de emprender no solo esta influenciado por la actitud sino también, por el respaldo que otorga la sociedad a la persona (Rueda Sampedro et al, 2013), operacionalizada en este estudio por medio de la percepción de discriminación laboral.

3. Teoría del triángulo invertido

La teoría de Andy Freire, denominada el triángulo invertido combina tres factores: idea, capital y emprendedor (Gómez, s.f).

Gómez (s.f) sostiene que en la base se encuentra el emprendedor, quien es la persona que ejecutará la propuesta, además, este necesita de una idea y un capital. Así mismo, plantea que, el emprendedor debe tener la capacidad de conseguir el capital y/u obtener resultados positivos para el proyecto por lo que, debe mantener una actitud perseverante, puesto que, emprender conlleva más que la obtención de ganancias a cambio de la oferta de un bien o servicio.

Para que un emprendedor pueda ejecutar su idea de negocio, dispone de dos mecanismos: emprendimiento e intraemprendimiento, la diferencia entre estos radica en la forma de obtención del capital, por un lado, el emprendimiento es un tema que lleva a unificar el concepto de este término que ha cambiado a lo largo del tiempo de acuerdo con el ambiente social y económico.

No existe un único concepto de este término, es por ello, que para efectos de esta investigación es necesario contemplar la idea de concepto de diferentes autores,

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad (Formichella, 2004, p. 4).

Así mismo, el emprendedor busca desarrollar productos o servicios con el fin de satisfacer las necesidades insatisfechas (Pérez Paredes, Torres-Flórez, Torralba Flores y Salgado Cifuentes, 2020).

Las intenciones emprendedoras han sido ampliamente estudiadas durante más de dos décadas. Las intenciones hacia un comportamiento determinado han demostrado frecuentemente ser el mejor predictor de dicho comportamiento (Ajzen y Fishbein, 1975). Aunque la intención emprendedora -la verdadera intención de crear una empresa- y la orientación emprendedora individual son conceptos diferentes, existen evidencias para vincularlos. Esta relación se observa si se analizan las diversas dimensiones que conforman la orientación emprendedora individual.

Cuando los niveles de intención emprendedora presentados por las mujeres son altos –aunque inferiores a los de sus contrapartes masculinos-, no dan el paso definitivo a la realidad, la creación de su propia empresa, como sí que lo hacen los hombres, presentando la consecuente brecha que nos ofrecen las estadísticas. Las mujeres presentan menores grados de intención emprendedora que los hombres (Crant, 1996, p. 47).

De hecho, la identificación clara que aún hoy existe entre la figura del empresario y el estereotipo de género masculino frena la Intención de Emprender de las mujeres (Gupta y Bhawe, 2007).

Los retos del emprendimiento en Latinoamérica se basan en disminuir la brecha salarial que existe entre hombres y mujeres con el fin de alcanzar la igualdad en todo el sentido de la palabra, por otro lado, existe una caracterización de la mujer emprendedora latinoamericana que es la siguiente:

a. El motor detrás de la empresa de mujeres, como regla general, está en la necesidad económica más que en la identificación de una oportunidad o en un deseo de desarrollar una idea innovadora. (Camarena, M. y Saavedra, M., 2015).

- b. Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres. (Camarena, M. y Saavedra, M., 2015).
- c. El nivel de educación de las mujeres empresarias en ALC en general es más bajo que el de los hombres. (Camarena, M. y Saavedra, M., 2015).

Por otro lado, el término popular “intraemprendimiento” se deriva de una combinación de “intra” o interno y emprendimiento, pero es menos técnico (Coduras et al., 2011).

Antoncic y Hisrich (2001, 2003), señalan que el intraemprendimiento es el fenómeno del emprendimiento dentro de una empresa existente, sin importar el tamaño de ella, ni el tipo de innovación efectuado. Siendo esta de producto o de servicios, vitales para el desarrollo y crecimiento económico (Hisrich, 1990). Para Lombriser (1994), el alto intraemprendedor se puede equipar al nivel del director general, bien sea que haga las veces de líder de una unidad de negocio o el presidente, es decir, aquel que tiene bajo su exclusiva responsabilidad la transformación empresarial global en su organización o negocio. Mientras que Gálvez y García (2011), de una manera más formal definen intraemprender como el proceso empresarial que permite y anima a sus empleados a iniciar, liderar y poner en práctica nuevas ideas y/o mejoras radicales dentro de la organización en la que trabajan. Intraemprendedor es la forma de llamar al emprendedor que se ubica o reside dentro de las organizaciones, siendo el término una invención social que permite a las personas expresar su propio potencial (Kolchin y Hyclack, 1987).

Método

Tipo de investigación

El enfoque de la presente investigación es cuantitativa correlacional donde la variable independiente es la discriminación de género a la que se enfrentan las estudiantes y la variable dependiente es la intención de emprender de las estudiantes universitarias durante el segundo semestre del año 2020.

Unidades de análisis

La muestra que se utilizó en esta investigación está compuesta por 108 jóvenes universitarias con edades entre los 17 y 37 años. El tamaño de la muestra se definió con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%.

Instrumentos de investigación

La recopilación de datos se realizó con base a dos encuestas. La primera es “Gender Issues Survey” de Fisher y Johnson (2009) quienes se basaron en un cuestionario creado por Carr, Ash, Friedman, Szalacha, Barnett, Palepu y Moskowitz (2000). Este instrumento examina la discriminación de género y el acoso sexual en el entorno profesional. La encuesta se adaptó a la investigación, seleccionando las preguntas de las siguientes subescalas: discriminación de género hacia uno mismo, discriminación hacia género de otros, acoso sexual hacia uno mismo, acoso sexual hacia otros e información demográfica.

La segunda encuesta se titula “Intención de emprender e intraemprender” de Shepherd y DeTienne (2005). Como su nombre lo indica, este instrumento permite medir la intención de emprender e intraemprender. De igual forma, esta encuesta se adaptó a las necesidades de la investigación.

Los ítems del cuestionario (Anexo A) se calificaron en una escala Likert de 5 puntos donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Las variables de intención de emprender e intraemprender, discriminación de género hacia uno mismo, discriminación hacia género de otros, acoso sexual hacia uno mismo, acoso sexual hacia otros se calcularon promediando los ítems de cada subescala.

Procedimiento

Durante la investigación se encuestaron de manera electrónica a 362 jóvenes para conocer su intención de emprender, las barreras de género que perciben y el sector potencial al cual quieren encaminarse. Luego de recolectar estos datos, se introdujeron en el sistema SPSS, el cual facilita la media aritmética. Para encontrar la relación entre las variables a

convenir, ente caso, la intención de emprender y los estereotipos de género, se utilizó la regresión lineal.

Este estudio se hizo bajo una selección equitativa y un consentimiento informado el cual no compromete información personal delicada o datos sensibles por lo que no implica problema alguno para las personas encuestadas. Esta encuesta respeta a los sujetos inscritos, ya que no implica ningún riesgo para su vida o su integridad con experimentos en seres humanos o animales que puedan poner en riesgo sus vidas.

Resultados

La discriminación de género y el acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras, al igual que, el acoso sexual percibido hacia sí mismas presentaron 1 como valor mínimo y 5 como valor máximo (de acuerdo con la escala Likert). De las variables analizadas, la intención de emprender (Variable dependiente) obtuvo la media más alta en comparación a las demás (4,1614), seguida del acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras (2,2648). La media más baja corresponde a la discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas (2,0833).

Tabla 1: Estadísticos descriptivos

| <u>Estadísticos descriptivos</u> | | | | |
|--|--|--|---------------------------------------|---|
| | <u>Mínim</u> <u>o</u> | <u>Máxim</u> <u>o</u> | <u>Medi</u> <u>a</u> | <u>Desv.</u> <u>Desviació</u> <u>n</u> |
| Discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas | 1 | 4,6 | 2,083 3 | 1,03946 |
| Discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras | 1 | 5 | 2,396 6 | 1,22065 |

| | | | | |
|--|------|---|------------|---------|
| Acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas | 1 | 5 | 2,770 1 | 1,21852 |
| Acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras | 1 | 5 | 3,264 8 | 1,36302 |
| Intención de emprender | 2,29 | 5 | 4,161 4 | 0,65976 |

Fuente: Autores del proyecto

La discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas esta significativamente relacionada de manera positiva con la discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras, el acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas y el acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras. Sin embargo, la relación de esta variable con la intención de emprender es negativa.

La discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras esta significativamente relacionada de manera positiva con la discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas, el acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas y el acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras. Sin embargo, la relación de esta variable con la intención de emprender es negativa.

El acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas esta significativamente relacionada de manera positiva con la discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas, la discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras y el acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras. Sin embargo, la relación de esta variable con la intención de emprender es negativa.

El acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras esta significativamente relacionada de manera positiva con la discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas, la discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras y el acoso

sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas. Sin embargo, la relación de esta variable con la intención de emprender es negativa.

Tabla 2: Correlaciones

| Correlaciones | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|---|--|--|--------------------------------------|
| | | Discr iminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas | Discr iminación de género percibida por las mujeres hacia otras | A coso sexual percibi do por las mujeres hacia sí mismas | A coso sexual percibi do por las mujeres hacia otras | In tención de emprend er |
| Discr iminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas | Co rrelación de Pearson | 1 | ,815* | , 652** | , 533** | - ,209* |
| | Sig . (bilateral) | | 0 | 0 | 0 | 0, 03 |
| | N | 108 | 108 | 1 08 | 1 08 | 1 08 |
| Discr iminación de género | Co rrelación de Pearson | ,815* | 1 | , 716** | , 643** | - ,274** |

| | | | | | | |
|--|--|-------|--------|--------|-------|-------|
| percibida por las mujeres hacia otras | Sig. (bilateral) | 0 | | 0 | 0 | 0,004 |
| | N | 108 | 108 | 108 | 108 | 108 |
| Acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas | Coefficient of relationship of Pearson | ,652* | ,716* | ,846** | ,196* | - |
| | Sig. (bilateral) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,042 |
| | N | 108 | 108 | 108 | 108 | 108 |
| Acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras | Coefficient of relationship of Pearson | ,533* | ,643* | ,846** | ,103 | - |
| | Sig. (bilateral) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,103 |
| | N | 108 | 108 | 108 | 108 | 108 |
| Intención de emprender | Coefficient of relationship of Pearson | ,209* | ,274** | ,196* | 0,158 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0,03 | 0,004 | 0,042 | 0,103 | |

| | | | | | | |
|---|---|-----|-----|---------|---------|---------|
| | N | 108 | 108 | 1 08 | 1 08 | 1 08 |
| **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | | | |
| *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). | | | | | | |

Fuente: Autores del proyecto

Para examinar la asociación entre la discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas, la discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras, el acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas y el acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras con la intención de emprender de las estudiantes universitarias de Bogotá se utilizó un modelo de regresión lineal jerárquico. En el primer paso, se introdujeron la discriminación de género y el acoso percibido por las mujeres hacia otras; y en el segundo paso se introdujeron la discriminación y el acoso percibido por las mujeres hacia sí mismas. En conjunto las variables independientes del modelo predijeron el 8% de la intención de emprendimiento. En el primer paso del modelo de regresión, que fue significativo ($F=4.285$, $P=0.016$), la percepción de acoso hacia otras mujeres se asoció negativamente con la intención de emprender (Ver tabla 3). El segundo paso del modelo no fue significativo ($F=2.150$, $P=0.080$).

Tabla 3: Coeficientes

| <u>Coeficientes</u>^a | | | | |
|--|-----------------|--|-----------------------------|--------------------|
| <u>Modelo</u> | <u>N</u> | <u>Coeficientes no estandarizados</u> | <u>Coefficientes</u> | <u>sig.</u> |
| | | | | |

| | | | <u>esv.</u> <u>Erro</u> <u>r</u> | <u>estandar</u> <u>izados</u> | | |
|---|--|-------|--|----------------------------------|-------|------|
| 1 | (Constante) | ,492 | ,164 | | 7,362 | |
| | Discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras | 0,159 | ,066 | - 0,294 | 2,398 | ,018 |
| | Acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras | ,015 | ,059 | 0, 032 | ,257 | ,797 |
| 2 | (Constante) | ,484 | ,171 | | 6,236 | |
| | Discriminación de género percibida por las mujeres hacia otras | 0,171 | ,099 | - 0,317 | 1,734 | ,086 |
| | Acoso sexual percibido por las mujeres hacia otras | ,037 | ,087 | 0, 076 | ,419 | ,676 |
| | Discriminación de género percibida por las mujeres hacia sí mismas | ,034 | ,106 | 0, 054 | ,32 | ,749 |
| | Acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas | 0,037 | ,109 | - 0,068 | 0,341 | ,734 |
| a. Variable dependiente: Intención de emprender | | | | | | |

Discusión

El propósito de este estudio cuantitativo correlacional-transversal de campo es determinar la relación que existe entre la discriminación de género y el acoso sexual con la intención de emprender de las estudiantes universitarias de Bogotá D.C. durante el segundo semestre del año 2020.

Los hallazgos de esta investigación están relacionados con las cuatro hipótesis planteadas. Respecto a la primera hipótesis, según la cual la discriminación de género hacia uno mismo afecta negativamente la intención de emprendimiento de las estudiantes universitarias, se encontró que existe una correlación significativa negativa entre la percepción de discriminación la intención de emprender. Esto quiere decir que a medida que aumenta la discriminación de género hacia uno mismo disminuye la intención de emprendimiento.

La segunda hipótesis es que la discriminación de género percibida hacia otras mujeres afecta negativamente la intención de emprendimiento de las estudiantes universitarias. Esta hipótesis cuenta con evidencia a favor, ya que, la correlación entre dichas variables es significativa y negativa, lo cual sugiere que cuando aumenta la discriminación de género percibida hacia otras mujeres disminuye la intención de emprender.

La tercera hipótesis es el acoso sexual hacia uno mismo afecta negativamente la intención de emprendimiento de las estudiantes universitarias. Esta hipótesis cuenta con evidencia a favor, puesto que, existe una correlación significativa negativa en la que cuando aumenta el acoso sexual percibido por las mujeres hacia sí mismas, la intención de emprender disminuye.

Por último, la cuarta hipótesis es que el acoso sexual percibido hacia otras mujeres afecta negativamente la intención de emprendimiento de las estudiantes universitarias. Esta hipótesis se descartó, ya que no existe una correlación no significativa entre dichas variables.

La teoría social de género sugiere que cada individuo tiene un rol en la sociedad dependiendo del género. Además, existe una sectorización de las actividades, ya que existen unos supuestos referentes al género (Wood y Eagly, 2002). Esto hace creer que las mujeres no están en la capacidad de emprender o realizar actividades en las que por mucho tiempo se ha tenido una imagen masculina para su ejecución, como, por ejemplo, que un hombre es mejor emprendedor, creando así, estereotipos que afectan directamente a las mujeres.

Los resultados obtenidos en este estudio reafirman lo anterior, puesto que, las mujeres que perciben discriminación de género hacia sí mismas y hacia las demás, junto con el acoso sexual percibido hacia sí mismas y hacia las demás, tienen menor intención de emprender. Esto demuestra que las percepciones de discriminación y acoso contribuyen positivamente a la creación y el fortalecimiento de las desigualdades de género en el ámbito emprendedor (Blández Ángel, Fernández García y Sierra Zamorano, 2007).

En términos empíricos, la tasa de actividad emprendedora (TEA), determina el porcentaje de personas con edades entre los 18 y 64 años que están iniciando un emprendimiento (emprendedores nacientes) o tienen un negocio que no supera los 42 meses de existencia (nuevos empresarios). La TEA femenina de emprendedores nacientes fue de 14,6% mientras que, la masculina fue de 16%. Así mismo, la TEA femenina de nuevos empresarios fue de 6,8% mientras que, la masculina fue de 7,8%. Esto refleja el panorama emprendedor en Colombia destacando que, en estas dos etapas, las mujeres tienen menor participación que los hombres (Rodrigo et al., 2020).

Las diferencias de género son indiscutiblemente notables, tanto así que hay algunos autores sugieren que la discriminación puede afectar la posibilidad de crear una empresa dándole más ventajas a un género que al otro (Hormiga et al., 2012). Además, la sociedad se ha encargado de estereotipar la imagen de los emprendedores y empresarios haciendo que los rasgos establecidos se encajen a los hombres, provocando así que las diferencias entre hombres y mujeres sea cada vez más grande y que se sigan tomando en cuenta las creencias discriminatorias hacia el género femenino. Esto, a su vez, se refleja en la intención de emprender de las estudiantes universitarias de Bogotá.

La teoría del triángulo invertido de Andy Freire plantea que, para que un emprendimiento se lleve a cabo se necesita la combinación de tres factores principales: el emprendedor, la idea y el capital. El emprendedor puede ser hombre o mujer, no debería existir una caracterización de la persona que desee emprender. Es decir, en el perfil del emprendedor no necesariamente se describe a un hombre, es necesario que exista una neutralidad, partiendo de la base de la igualdad y la cualificación del individuo sin importar su género.

Por su parte, la idea es considerada el pilar más importante, porque de allí se deriva el emprendimiento. Es necesario tener una buena idea de negocio para que esta sea desarrollada de la menor manera y el último de los tres factores, es el referente al capital. Es aquí donde precisamente las mujeres se ven más afectadas al momento de emprender, debido a que en muchas ocasiones no creen en ellas y no cuentan con el apoyo de sus familiares o amigos para emprender.

Los resultados obtenidos en la encuesta que se realizó reafirma que la discriminación percibida hacia uno mismo y hacia las demás se relaciona de manera negativa con la intención de emprender, lo que se traduce en que más allá de tener una idea, un capital y una persona dispuesta a emprender, aun contando con todo esto, las percepciones de discriminación que emite la sociedad bajo los paradigmas que la misma ha creado con respecto al mujer y su papel emprendedor pueden afectar la idea de emprendimiento.

Implicaciones prácticas

En términos prácticos, los resultados obtenidos de este estudio se pueden usar para diseñar intervenciones enfocadas en acciones preventivas frente a la inequidad de género. La creación de espacios educativos como capacitaciones, semilleros, talleres, entre otros pueden contribuir con el empoderamiento de las mujeres, disminuyendo las inseguridades que tienen producto de los estereotipos familiares y sociales (Rodríguez-Moreno, 2013), al tiempo que, potencia las habilidades creativas, de gestión y toma de decisiones.

De igual forma, en el sector empresarial se hace necesario describir a las personas desde un punto de vista más neutro, sin creer que el emprendimiento está estrictamente relacionado con rasgos masculinos con el fin de no recaer en sesgos ideológicos de género. Esto hará que las mujeres sean tratadas equitativamente en el ámbito del emprendimiento e intraemprendimiento. La educación empresarial y las capacitaciones en emprendimiento pueden contribuir a la disminución y/o reducción de los estereotipos contra el emprendimiento femenino. Por ejemplo, capacitaciones, donde se examinan temas relacionados con el emprendimiento femenino y casos de éxito sobre el espíritu empresarial de las mujeres, logrando así la reducción de estereotipos (Türko, 2016).

Limitaciones y recomendaciones

Este estudio presenta algunas limitaciones. La primera es una limitación de diseño, debido a que se utiliza un diseño transversal por lo que, no permite hacer seguimiento en diferentes intervalos de tiempo y por lo tanto, impide las atribuciones de causalidad. La segunda limitación del estudio consiste en que, la muestra no representa a toda la población femenina universitaria, debido a que el número y selección de participantes se establecieron por conveniencia. Por último, la investigación es vulnerable a un sesgo de auto reporte, ya que la interpretación del instrumento empleado podría variar según la persona encuestada.

Para superar estas limitaciones en investigaciones futuras sobre el tema, se recomienda utilizar diseños longitudinales, mejores diseños muestrales (probabilísticos, por ejemplo) e indicadores objetivos como variables.

Conclusión

Los hallazgos de esta investigación cuantitativa correlacional-transversal de campo fueron que la discriminación de género percibida hacia sí misma y hacia las demás, al igual que el acoso percibido hacia sí mismas influye negativamente en la intención de emprender de las estudiantes universitarias. Estos resultados permiten la creación y el fortalecimiento de capacitaciones e intervenciones que contribuyan al empoderamiento femenino en el ámbito emprendedor a través de la educación empresarial.

Finalmente, los hallazgos de este estudio sugieren preguntas para futuras investigaciones, por ejemplo, ¿Influyen los estereotipos en la realización profesional de las mujeres? ¿La discriminación de género se refleja en las desigualdades salariales de las mujeres? ¿La discriminación de género supone un impedimento para que las mujeres aspiren a altos cargos?

Declaración ética

Los autores declaran que este trabajo de grado, se acoge a los principios, preceptos, definiciones e indicaciones establecidos en la “Política de propiedad intelectual” vigente en la Universidad El Bosque (Acuerdo No. 12746 de 2014), así como la Circular No. 06 de 2002 de la Dirección nacional de derechos de autor.

A tenor de lo anterior, los autores de este trabajo de grado ratifican que su trabajo es original y cumple con todo lo reglamentario sobre derechos de autor, siendo los autores los únicos responsables del contenido y las ideas planteadas en el presente manuscrito.

Referencias

- Ajzen, I., y Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. (2010). Estereotipos y clichés. (Traductor Gándara, I.). Buenos Aires, Argentina: Editions Nathan (1997).
- Andrade-Valles, I., Facio-Arciniega, S., Quiroz -Guerra, A., Alemán-de la Torre, L., Flores-Ramírez, M., y Rosales-González, M. (2018). Actitud, hábitos de estudio y rendimiento académico: Abordaje desde la teoría de la acción razonada. *Enfermería universitaria*, 15(4), 342-351. <https://doi.org/10.22201/eneo.23958421e.2018.4.533>.
- Antoncic, B. y Hisrich, R.D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 495-527

- Antoncic, B. y Hisrich, R.D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10 (1), 7–24.
- Bar-Tal, D. (1994). Formación y cambio de estereotipos étnicos y nacionales. Un modelo integrado. *Psicología política*, (9), 21-50.
- Blández Ángel, J., Fernández García, E y Sierra Zamorano, M. A. (2007). Estereotipos de género, actividad física, y escuela: La perspectiva del alumnado. Granada, España. *Profesorado. Revista de Curriculum y Formación de Profesorado*, 11(2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56711206>.
- Blández Ángel, J., Fernández García, E y Sierra Zamorano, M. A. (2007). Estereotipos de género, actividad física, y escuela: La perspectiva del alumnado. Granada, España. *Profesorado. Revista de Curriculum y Formación de Profesorado*, 11(2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56711206>.
- Camarena, M y Saavedra, M. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América latina.
- Carr, P. L., Ash, A. S., Friedman, R. H., Szalacha, L., Barnett, R. C., Palepu, A. y Moskowitz, M. M. (2000). Faculty perceptions of gender discrimination and sexual harassment in academic medicine. *Annals of Internal Medicine*, 132(11), 889–896. <https://doi.org/10.7326/0003-4819-132-11-200006060-00007>.
- Carvajal, J y Dávila, C. (2013). Mobbing o acoso laboral. Revisión del tema en Colombia. *Cuadernos de Administración* 29(49), 95-106
- Castiblanco, S. y Martín, S. (2018). *Barreras del emprendimiento femenino en Bogotá*. Universidad cooperativa de Colombia.
- Coduras, A., Guerrero, M. y Peña, I. (2011). Emprendimiento corporativo en España, GEM España-Fundación Xavier de Salas para la Dirección General de Política de la Pyme.

- Consejo Privado de Competitividad. (2016) Informe Nacional de Competitividad 2015-2016. <http://www.compite.com.co/site/informe-nacional-de-competitividad-2015-2016-2/>
- Crant, M. J. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 8-42.
- Duarte, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y negocios*, 2(3), 46-56. <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281621764007.pdf>
- Fernández Montesinos, A. (2016). Los estereotipos: definición y funciones. *Automne*, (10), 53-63.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>.
- Gallegos Argüello, M. D. C. (2012). La identidad de género: masculino versus femenino. In *Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*.(pp. 705-718). Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- Gálvez, E. J. y García D. (2011). Impacto de la Cultura Intraempresarial en el rendimiento de las MIPYME del sector turístico colombiano; Un estudio empírico. *Universidad y Ciencia*, 52, 27-36.
- Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Questión*, 1(23). Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>.
- García, P. (2005). *Identidad de género: modelos explicativos*. Universidad de Huelva.
- González Gavaldón, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. Huelva, España. *Comunicar*, (12), 79-88. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=158/15801212>.

- Gupta, V., y Bhawe, N. (2007). The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73-85.
- Hisrich, R.D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209-229
- Khaleeva, S., y Khomovich, N. (2016). Gender in the language of proverbs: image of a typical Russian man vs. an image of a typical Russian woman [El género en el lenguaje de los refranes: la imagen típica de un hombre ruso frente a la imagen típica de una mujer rusa]. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 1(1/2), 113-122. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/FEMERIS/article/view/3230/1901>.
- Kolchin, M. y Hyclack, T. (1987). The Case of the Traditional Intrapreneur. *Sam Advanced Management Journal*, 14-18.
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A, y Volfovicz León, R. (2020). Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario. *Journal of technology management & innovation*, 15(2), 71-80. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071>
- Lara, S. (1991). Sexismo e identidad de género. *Alteridades*, 1(2), 24-29.
- León Serrano, L. A. (2017). La equidad de género en los emprendimientos. *Fides et Ratio- Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 13(13), 107-125.
- Ley 1010 de 2006 por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo. Congreso de Colombia. Bogotá D.C., Colombia, 23 de enero de 2006. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1010_2006.html

- Lombriser, R. (1994). *Grandes intraempresarios: Desarrollo de nuevos negocios dentro de las organizaciones*. Barcelona: Folio. S.A
- Magán Molina, M. (2018). *Emprendimiento con perspectiva de género. Proyecto de intervención para facilitar el emprendimiento femenino en la universidad*. [Tesis de maestría, Universitat Jaume I]. Repositori Universitat Jaume I. <http://hdl.handle.net/10234/180834>
- Montes Berges, B. (2008). Discriminación, prejuicio, estereotipos: conceptos fundamentales, historia de su estudio y el sexismo como nueva forma de prejuicio. *Iniciación a La Investigación*, (3). <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ininv/article/view/202>.
- Moriano Leon, J. A., Descals, P., & Morales Domínguez, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(1), 75-99.
- Naranjo, C. (2014). Desigualdades de género en el emprendimiento y en los negocios de las mujeres. Santiago, Chile. *Revista Trabajo Social*, (86), 3-12. <https://doi.org/10.7764/rts.86.3-12>.
- Navas, M. C. (2006). Sociología de género. *Realidad y reflexión*, 6(16), 65-72. <http://hdl.handle.net/10972/2773>.
- Novillo Maldonado et al. (2017). Análisis de actitud emprendedora en estudiantes universitarios: una perspectiva de género. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 56-63. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.330>
- Pérez Paredes, A., Torres-Flórez, D., Torralba Flores, A. y Salgado Cifuentes, W. (2020). Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 16(30). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2782>

- Pérez Quintana, A., y Hormiga Pérez, E. (2012). La influencia de los estereotipos de género en la orientación emprendedora individual y la intención de emprender. In Isabel Vázquez Bermúdez (Coord.); Consuelo Flecha García...[et al.] (Com. cient.) Investigación y género, inseparables en el presente y en el futuro: IV Congreso Universitario Nacional Investigación y Género, [libro de actas]. Facultad de Ciencias del Trabajo de la Universidad de Sevilla, 21 y 22 de junio de 2012. (pp. 1527-1553). Sevilla: Unidad para la Igualdad, Universidad de Sevilla. Universidad de Sevilla.
- Pérez, A. (2013). *La influencia de los estereotipos de género en el emprendimiento: Una aplicación en el contexto de Catalunya*. Universidad de Barcelona.
- Pintado Giménez, M. (2017). Aplicación de la Teoría de la Conducta Planificada en la Seguridad Vial: velocidad, alcohol y drogas. (Doctorado). Universidad Católica de Murcia.
- Ramírez-Correa, P., Rondan-Cataluña, F. J., Arenas-Gaitán J. y Alfaro-Pérez, J. (2015). Uso de la teoría de la acción razonada para explicar la aceptación de los servicios de internet móvil. Brasília, Brasil. *Universitas Gestão e TI*, 5(1), 13-16. DOI: <https://doi.org/10.5102/un.gti.v5i1.3404>
- Reyes Rodríguez, L. (2007). La teoría de la acción razonada: Implicaciones para el estudio de las actitudes. *Investigación Educativa Duranguense*, (7), 66-77.
- Rocha, T. (2009). Desarrollo de la identidad de género desde una perspectiva psico-socio-cultural: Un recorrido conceptual. *Revista interamericana de Psicología / Interamerican journal of psychology*, 43(2), 250-259. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28412891006>
- Rodríguez-Moreno, M. L. (2013). Pautas metodológicas para reducir los estereotipos de género en orientación profesional. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 14(1), 119-131. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902013000100012&lng=pt&tlng=es.

- Rubio-Bañóna, A. y Esteban-Lloret, N. (2016). Cultural factors and gender role in female entrepreneurship. *Suma de Negocios*, 7(15), 9-17. <https://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.002>
- Rueda Sampedro, I., Fernández-Laviada, A. y Herrero Crespo, Á. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, 26, 141-158. <http://hdl.handle.net/10902/4152>
- Samaniego, M. P., Garcés, F., Vivas, G. V., & Wasbrum, W. (2017). Emprendimiento y el rol de la mujer. Caso ecuatoriano. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 4(2).
- Sánchez Cañizares, S. y Fuentes García, F. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(1), 140-153. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28026467003>
- Shepherd, D y DeTienne, D. (2005). Prior Knowledge, Potential Financial Reward, and Opportunity Identification. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(1), 91-112. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00071.x>
- Shinnar R., Giacomini O. y Janssen F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 36(3), 465-494. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x>
- Sipe, S., Johnson, C. D. y Fisher, D. K. (2009). University Students' Perceptions of Gender Discrimination in the Workplace: Reality Versus Fiction. *Journal Of Education For Business*, 84(6), 339-349. <https://doi.org/10.3200/joeb.84.6.339-349>.
- Stefani, D. (2005). Teoría de la Acción Razonada: Una propuesta de evaluación cuali-cuantitativa de las creencias acerca de la institucionalización geriátrica. *Revista Evaluar*, 5(1).
- Türko, E. S. (2016). Can Entrepreneurship Education Reduce Stereotypes against Women Entrepreneurship?. *International Education Studies*, 9(11), 53-65.

- Varela, R., Pereira, F., Moreno, J., Osorio, F., Soler, J. y Gómez, E. et al. (2020). Dinámica de la Actividad Empresarial en Colombia (p. 83). Cali, Colombia. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50496>
- Vargas, S. M. Z. (2020). El género como factor determinante para el emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso-Colombia.
- Velandia-Morales, A., y Rincón, J. (2013). Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión. *Universitas Psychologica*, 13(2), 517-527. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/5854>.
- Wood, W., y Eagly, A. H. (2002). A cross-cultural analysis of the behavior of women and men: Implications for the origins of sex differences. *Psychological Bulletin*, 128, 699– 727.

Anexo A

ENCUESTA: GENDER ISSUES SURVEY

Esta encuesta es el instrumento de investigación de un trabajo de grado del pregrado de Negocios Internacionales de la Universidad El Bosque. Se busca determinar la asociación entre la intención de emprender de las estudiantes universitarias y la discriminación de género.

Instrucciones: La encuesta se encuentra disponible en <https://forms.gle/qXEhHxP4SttwL8Nd8>. Responda las siguientes preguntas de 1 a 5, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo, acerca de su intención de emprender y la discriminación de género. El desarrollo de esta encuesta toma aproximadamente 8 minutos.

Se garantiza que los datos suministrados serán de manera anónima y su uso será únicamente para fines de la investigación.