

Temor al fracaso e identificación de oportunidades de negocio: diferencias entre géneros en el marco del covid-19



Fear of failure and Identification of business opportunities: differences between gender in the context of Covid-19

DOI: 10.22458/rna.v13i2.4453

David Julio-Esparragoza¹
Martha Lucía Guerrero-Storino²
Daniela Jahell Muñoz-Meza³
José Rodolfo Llinas-Montes⁴
Mariángela López-Lambraño⁵

1. Universidad del Norte, Magíster en Administración de Empresas y Especialista en Mercadeo. Profesor de la Escuela de Negocios, Barranquilla, Colombia, djuliae@uninorte.edu.co, <https://orcid.org/0000-0002-4142-3873>
2. Universidad del Norte. Estudiante de Negocios Internacionales, participante del Diplomado de Aula de Investigación, Barranquilla, Colombia, lstorino@uninorte.edu.co, <https://orcid.org/0000-0002-6532-9216>
- 3,4. Universidad del Norte. Estudiante de Administración de Empresas y Negocios Internacionales, participante del Semillero de Investigación, Barranquilla, Colombia, danielajm@uninorte.edu.co, <https://orcid.org/0000-0002-6532-9216>; llinasrj@uninorte.edu.co, <https://orcid.org/0000-0003-2779-9521>
5. Universidad del Norte. Magíster en Administración de Empresas e Ingeniero civil. Profesor Escuela de Negocio, Barranquilla, Colombia. Correo electrónico: mlambrano@uninorte.edu.co, <https://orcid.org/0000-0001-7802-5935>

Recepción: 04 de mayo de 2022

Corrección: 18 de agosto de 2022

Aceptación: 11 de noviembre de 2022

RESUMEN

Al emprender, la identificación de oportunidades es clave para el desarrollo de un negocio. Sin embargo, el temor al fracaso puede tener un rol decisivo, incluso más en situaciones de crisis como la del covid-19. Este estudio determina a partir de una sólida base de datos de emprendimiento en Colombia (la encuesta de población adulta del GEM, 2020), que existen diferencias en el temor al fracaso entre hombres y mujeres, mas no en la identificación de oportunidades. Se encuentran hallazgos congruentes con la literatura y aportes académicos relacionados mostrando que la relación no ha sufrido variaciones en Colombia por el covid-19.

ABSTRACT

When starting a business, identifying opportunities is key for its proper development. However, fearing failure could be a vital asset, even more in crisis such as Covid-19. This research shows, based on a solid database of Colombia's entrepreneurship (the survey of adult population of GEM, 2020), that there is a gap between men and women regarding fearing failure, but not in regard to identifying opportunities. There have been consistent findings on literature and related academic contributions, showing that these statistics has not changed through Covid-19.

RÉSUMÉ

Lorsqu'on est dans les affaires, identifier des opportunités est essentiel au développement de l'entreprise. Cependant, la peur de l'échec peut jouer un rôle décisif, encore plus dans des situations de crise telles que la covid-19. Cette étude constate, à partir d'une solide base de données sur l'entrepreneuriat en Colombie (le sondage sur la population adulte du GEM [Moniteur mondial de l'entrepreneuriat en français], 2020), qu'il existe des différences dans la peur de l'échec entre les hommes et les femmes, mais non pas dans l'identification des opportunités. Les résultats obtenus, conformes à la littérature et aux contributions académiques, montrent que la relation n'a pas changé en Colombie avec la covid-19.

RESUMO

Ao empreender, a identificação de oportunidades é fundamental para o desenvolvimento de um negócio. No entanto, o medo do fracasso pode desempenhar um papel decisivo, ainda mais em situações de crise como a Covid-19. Este estudo determina a partir de um sólido banco de dados de empreendedorismo na Colômbia (Pesquisa de população adulta GEM, 2020), que existem diferenças no medo do fracasso entre homens e mulheres, mas não na identificação de oportunidades. Achados consistentes com a literatura e contribuições acadêmicas relacionadas são encontrados, mostrando que a relação não mudou na Colômbia devido à Covid-19.

PALABRAS CLAVES:
EMPRENDIMIENTO,
COVID-19, CRISIS
ECONÓMICA,
PAÍSES EMERGENTES,
TEMOR AL FRACASO,
OPORTUNIDADES DE
NEGOCIO.

KEY WORDS:
ENTREPRENEURSHIP,
COVID-19, ECONOMIC
CRISIS, EMERGING
COUNTRIES, FEAR OF
FAILURE, BUSINESS
OPPORTUNITY.

MOTS CLÉS :
ENTREPRENEURIAT,
COVID-19, CRISE
ÉCONOMIQUE,
PAYS ÉMERGENTS,
PEUR DE
L'ÉCHEC, OPPORTUNITÉS
D'AFFAIRES.

PALAVRAS-CHAVE:
EMPRENDEDORISMO,
COVID-19, CRISE
ECONÓMICA, PAÍSES
EMERGENTES, MEDO DO
FRACASSO, OPORTUNIDADES
DE NEGÓCIO





INTRODUCCIÓN

La dinámica de emprendimiento en el mundo sufrió al igual que los emprendedores daños ostensibles en la pandemia del covid-19. Las relaciones económicas y aproximaciones sociales para el enfrentamiento de la crisis están siendo estudiadas y con estos las relaciones en diferentes variables de emprendimiento como lo son la identificación de oportunidades y el temor fracaso. Se entiende por la literatura que el temor al fracaso ha mostrado mayor incidencia en mujeres que en hombres, pero este fenómeno no se ha visto contrastado después de una crisis como la del covid-19 por lo que representa una oportunidad de revisar la validez empírica del hallazgo y comprobar si existen diferencias en el contexto colombiano. Se entiende que el aporte puede dar luces a otros estudios que sobre género se hacen para impulsar el emprendimiento femenino en diferentes regiones donde se asumen diferencias en relación con los hombres.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Emprendimiento

El concepto de emprendimiento ha sido definido desde distintos enfoques teniendo en cuenta el contexto histórico y teórico de los diferentes autores. Cantillon y Schumpeter fueron de los primeros en definir a la persona emprendedora destacando su importancia en la economía. En primer lugar, el emprendedor es visto como un individuo que asume riesgos.¹ Por otro lado, existen posturas que aportan una visión más moderna del emprendedor resaltando su actitud innovadora y talento para la creación. “La función de los empresarios es reformar o revolucionar el patrón de producción mediante la explotación de una invención o, más en general, una posibilidad tecnológica no probada para producir una nueva mercancía o producir una vieja de una manera nueva”.²

Más adelante otros autores como Nielsen y Lasen han descrito el emprendimiento como un proceso gerencial necesario para la creación de una empresa, lo cual, en oposición a las teorías antes enunciadas, no necesariamente tiene como fin la creación de valor económico. El emprendimiento involucra actividades como el descubrimiento de oportunidades, la evaluación y aprovechamiento de estas; este proceso no tiene como propósito exclusivo la obtención de ganancias monetarias, sino también generar un impacto social como es el caso de las organizaciones sin ánimo de lucro.³ Asimismo, la dinámica de emprender de acuerdo a estos autores envuelve seis dimensiones críticas: la orientación estratégica, el compromiso con la oportunidad, el proceso de compromiso de recursos, el concepto de control sobre los recursos, el concepto de gestión y la política de compensación; que refinan la búsqueda de nuevas ideas y oportunidades en una empresa.⁴

El estudio de la actividad emprendedora necesita ser medido para determinar el incremento o decremento de esta actividad en los países, así como la realización de comparaciones directas entre las economías. Para ello, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha desarrollado un estudio longitudinal cuya función es analizar el emprendimiento de los países desde distintas etapas del mismo. El Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDi) mide el ecosistema empresarial, que es la mezcla de actitudes, recursos e infraestructura de las empresas, de 137 países;⁵ su metodología consiste en recopilar datos sobre las actitudes, habilidades y aspiraciones empresariales de la población local y luego los compara con la infraestructura social y económica imperante, para finalmente crear 14 pilares que evalúa el sector empresarial en una región.

De acuerdo al GEM 2017, dentro de los indicadores que cobran importancia se encuentra la tasa de actividad emprendedora (TEA, total entrepreneurial activity) puesto que explica y detalla la tendencia de la actividad empresarial, integrando a emprendedores nacientes como a los nuevos empresarios. De esta manera, la actividad

1 Richard Cantillon, “Essai sur la nature du commerce en general”, citado en Eduardo Terán-Yepes y Andrea Guerrero-Mora, “Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones”, *Revista Espacios* 41, n.o 7 (marzo, 2020): 7-22.

2 Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*, citado en Karol Sledzik, “Schumpeter’s view on innovation and entrepreneurship”, *Management Trends in Theory and Practice*, (2013).

3 Suna Nielsen y Astrid Lasen, “Images of entrepreneurship: towards a new categorization of entrepreneurship”, *International Entrepreneurship and Management Journal* 8, n.o 1 (marzo, 2011): 35-53.

4 Howard Stevenson, *A perspective on entrepreneurship* (Boston: Harvard Business School, 1983).

5 GEDI, “Global Entrepreneurship Index”, (2019).



empresarial es medida por el GEM a partir de la comparación entre la TEA y la tasa de empresarios establecidos, además se analiza los motivos para emprender, interrupción de las operaciones de un negocio y la actividad empresarial en los diferentes sectores económicos.⁶

La actividad emprendedora se encuentra determinada por diversos factores que dependen tanto de las características personales del emprendedor como del contexto social, cultural y económico en el que este se encuentra.⁷ La economía de los países puede afectar la motivación del emprendedor si se tienen en cuenta factores como capital humano y financiero, apoyo gubernamental y el nivel de ingreso del país.⁸ A su vez, entre otros de los factores determinantes en la decisión de empezar un negocio y que a la vez influyen en el éxito y longevidad del mismo, se encuentran: la autopercepción del emprendedor en cuanto a sus habilidades y conocimiento, la identificación de oportunidades y el miedo al fracaso.⁹

Temor al fracaso

Basándose en la teoría de la valoración de la emoción, el miedo al fracaso se define como una reacción emocional que nace de la determinación cognitiva de las experiencias que representan una amenaza a la capacidad del individuo para alcanzar una meta personalmente significativa.¹⁰ Por tanto, el miedo al fracaso nace a partir de los miedos generados por factores económicos, políticos, sociales o inclusive ambientales que sumados con los miedos individuales subyacen en el ser de una persona sin importar las condiciones biológicas.¹¹ El temor al fracaso influye en el accionar y en la toma de decisiones de cualquier individuo para evitar enfrentarse a situaciones de vergüenza y humillación ante la posibilidad de fracaso.

En términos de emprendimiento el temor al fracaso hace alusión a la reacción afectiva negativa basada en valoraciones cognitivas del potencial de fracaso en el contexto operativo incierto y ambiguo del emprendimiento.¹² En este sentido, su impacto cobra importancia cuando emprendedores nacientes se ven enfrentados a adversidades sistemáticas e incluso idiosincráticas al momento de la puesta en marcha de sus negocios, ya que el miedo al fracaso se pone de manifiesto a medida que los obstáculos son cada vez más visibles.¹³ El origen de este fenómeno también ha sido estudiado en el campo aplicable del emprendimiento y muchos estudios confirman su multidimensionalidad. En un estudio aplicado a más de 65 emprendedores, confirmaron que la experiencia del miedo al fracaso de los individuos se origina por causas o fuentes específicas que se encuentran llanamente en su contexto, como, por ejemplo: seguridad financiera, capacidad personal, capacidad para financiar la empresa, potencial de la idea, capacidad de ejecución de la empresa y costos de oportunidad.¹⁴

Por otro lado, teóricos han presentado el miedo al fracaso como un motivador, ya que, cuando los individuos se enfrentan a la posibilidad de fracasar en búsqueda de sus logros, su motivación para evitar este fracaso se activa y su comportamiento es impulsado en búsqueda de resolver los obstáculos.¹⁵ Sin embargo, otros estudios han demostrado que el temor al fracaso es una variable de tipo moderadora que obstaculiza el emprendimiento en el sentido de que los individuos que presentan altos niveles de esta variable tienen menos probabilidades de iniciar un nuevo negocio

6 Lijis Gómez *et al.*, *GEM Colombia: estudio de la actividad empresarial en 2017* (Colombia: Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad ICESI, Corporación Universitaria del Caribe-CERCAR, Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad EAN, 2019).

7 Jose Berríos y Maritza Espina, "Factores determinantes para el desarrollo de la actividad emprendedora: Un estudio correlacional", *Esic Market Economics and Business Journal* 45, n.º 147 (abril, 2014).

8 GEM, "2019/2020 Global report", acceso en febrero de 2020, <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report/>

9 GEM, "2019/2020 Global report".

10 Richard Lazarus, *Emotion and Adaptation* y David Conroy, *Fear of failure: an exemplar for social development research in sport* *Quest* citados en Gabriella Cacciotti *et al.*, "Entrepreneurial fear of failure: Scale development and validation", *Journal of Business Venturing* 35, n.º 5 (septiembre, 2020).

11 Ruixun R. Zhang, Thomas J. Brennan y Andrew W. Lo, "The origin of risk aversion", *Proceedings of the National Academy of Science* 111, n.º 50 (diciembre, 2014).

12 Cacciotti *et al.*, "Entrepreneurial fear".

13 Tobias Kollman, Christoph Stöckmann y Julia Kensbock, "Fear of failure as a mediator of the relationship between obstacles and nascent entrepreneurial activity. An experimental approach", *Journal of Business Venturing* 32, n.º 3 (mayo, 2017): 280-301.

14 Cacciotti *et al.*, "A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship", *Journal of Business Venturing* 31, n.º 3 (mayo, 2016): 302-325.

15 Jocelyn Bélanger *et al.*, "Driven by fear: The effect of success and failure information on passionate individuals' performance", *Journal of Personality and Social Psychology* 140, n.º 1 (2013): 180-195.



que las personas que presentan menores niveles.^{16 17} Este fenómeno se presenta comúnmente en los emprendedores nacientes, donde los obstáculos encontrados en la primera etapa de la empresa son responsables de desencadenar un motivo para la evitación psicológica (miedo al fracaso) que posteriormente lleva a muchos empresarios a dudar y devaluar su idea de negocio, aumentando las probabilidades de un retiro temprano.¹⁸

Cabe aclarar, que la literatura ha demostrado que esta variable se comporta de manera diferente en el individuo dependiendo su sexo (entendiéndose como el grupo de características humanas que permiten dividir la especie entre masculino y femenino. Cabe aclarar que para propósitos de este estudio se entenderá género y sexo como palabras análogas). Un estudio de análisis de perfil emprendedor realizado en estudiantes de la Universidad de Córdoba (España), de los cuales el 44 % se encontraba representado por hombres y el 56 % por mujeres, encontró que, en términos de temor al fracaso, las mujeres cuentan con una menor iniciativa emprendedora y consideran en mayor medida el temor al fracaso como el principal factor que obstaculiza el emprendimiento.¹⁹ Asimismo, otros autores se unen a esta idea afirmando que en todos los países la iniciativa emprendedora está mucho más arraigada en los hombres que en las mujeres y que el número de mujeres propietarias de empresas o negocios es significativamente menor que el de los hombres. Esto se encuentra altamente relacionado con que las mujeres, en promedio, cuentan con menores niveles de confianza y optimismo, esto de la mano con una mayor percepción del miedo al fracaso de sus potenciales proyectos emprendedores.²⁰

En términos de operatividad, esta variable es medida por el GEM mediante la tasa de miedo al fracaso, la cual se enfoca en la población mundial conformada por individuos de 18 a 64 años en condiciones de emprender que perciben la aversión al fracaso como factor de impedimento para establecer un negocio.²¹

Identificación de oportunidades de negocio

Uno de los pilares transversales en el desarrollo de una empresa es la habilidad de reconocer oportunidades de negocio en el ambiente. las oportunidades en el ámbito empresarial son entendidas como circunstancias positivas y favorables que potencializan las actividades de emprendimiento.²² Por ende, son vistas como un motor importante para el desarrollo económico, así como para la competitividad e innovación empresarial.²³ Es así como la identificación de oportunidades de negocio se constituye como un factor determinante en la perdurabilidad de una empresa.

Las oportunidades de negocio se ven influenciadas por aspectos internos, ligados al individuo, y aspectos externos que se encuentran en el ecosistema empresarial. En relación con los factores individuales, algunos autores afirman que “el conocimiento previo, el estado de alerta emprendedora, la autoeficacia, la creatividad, y las redes de contacto son las cinco características de un emprendedor que presentan resultados significativos en la identificación de oportunidades”.²⁴ Así mismo, otros motivos individuales como la necesidad de logro, la necesidad de afiliación y el deseo de superación personal tienen el poder de moldear el comportamiento empresarial y favorecen la sensibilidad del emprendedor hacia la captación de oportunidades de negocio.²⁵

16 Robert Mitchell y Dean Shepherd, “Afraid of opportunity: the effects of fear of failure on entrepreneurial decisions”, *Frontiers of Entrepreneurship Research* 31, n.º 6 (2011): 195-209.

17 Matthew Wood, William McKinley y Craig Engstrom, “Endings and Visions of New Beginnings: The Effects of Source of Unemployment and Duration of Unemployment on Entrepreneurial Intent”, *Entrepreneurship Research Journal* 3, n.º 2 (septiembre, 2013): 171-206.

18 Kollman, Stöckmann y Kensbock, “Fear of failure”, 280-301.

19 Fernando García y María Cañarez, “Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género”. *Estudios de Economía Aplicada* 28, n.º 3 (2010): 1-27.

20 Philipp Koellinger, María Minnii y Christian Schade, “Seeing the World with Different Eyes: Gender Differences in Perceptions and the Propensity to start a Business”, citado en María Henríquez, Clara Mosquera y Alberto Arias, “La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina”, *Economía, Gestión y Desarrollo*, n.º 10 (diciembre, 2010): 61-77.

21 Joachim Heinzel, Richard Geibel y Hossein Askari, “How do certain factors affect the fear of failure in entrepreneurship?”, *Annual International Conference On Business Strategy & Organizational Behaviour*, (agosto, 2014): 21-26.

22 Mary George, Vinit Parida, Tom Wincent y Joakim Lahti, “A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, (junio, 2016): 309-350.

23 Raj Mahto y William McDowell, “Entrepreneurial motivation: a non-entrepreneur’s journey to become an entrepreneur”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, (septiembre, 2018): 513-526.

24 Harold Gamero y Jhony Ostos, “Revisión sistemática de literatura sobre factores clave en la identificación de oportunidades de negocio”, *RETOS: Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 10, n.º 20 (2020): 307-327, 322.

25 Thomas Maran et al., “Motivational foundations of identifying and exploiting entrepreneurial opportunities”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 27, n.º 4 (mayo, 2021): 1068-1072.



Por otro lado, la literatura ha podido determinar que existen distintos tipos de procesos de identificación de oportunidades de negocio. Chandler, Lyon y De Tienne²⁶ identificaron cuatro tipos de procesos de identificación de oportunidades de negocio: (1) Aprender-Replicar, (2) Aprender-Innovar, (3) Aprender-Adquirir e (4) Innovar-Educar. El primero comienza con el individuo que participa en un sector de la industria e identifica una demanda desatendida, por lo cual replica y brinda a esa demanda el producto necesitado. El segundo se basa en un individuo que participa en un sector de la industria e identifica una necesidad del mercado que no está siendo satisfecha correctamente, por lo que desarrolla un producto innovador que satisface la necesidad de ese mercado. El tercero, comienza con el individuo que participa en un sector de la industria e identifica un concepto de negocio exitoso, por lo que toma ventaja y lo adquiere contando con una gran oportunidad de flujo de ingresos. Por último, el cuarto comienza con el individuo que participa en un sector de la industria y desarrolla un producto disruptivo e innovador, por lo cual se responsabiliza de educar a los potenciales clientes de las características que hacen valioso al producto para su mercado objetivo.

En el ámbito del sector empresarial hay aspectos a considerar que facilitan el proceso de identificación de oportunidades de negocio. Hay factores como el ambiente socio-económico y el apoyo institucional que son características inherentes del entorno empresarial, ya que el éxito del proceso emprendedor converge en materializar la creación de empresas y el descubrir oportunidades de negocio dentro de estas para contribuir en el incremento económico del país en el que se encuentran inmersas.²⁷

Por otro lado, al igual que la variable de temor al fracaso empresarial, la identificación de oportunidades de negocio no se presenta de forma homogénea en lo que a género se refiere. Esto se debe a que los hombres y las mujeres utilizan atributos del capital diferentes para reconocer oportunidades de negocio. Así mismo, los dos géneros se caracterizan por utilizar diferentes procesos de identificación de oportunidades, los hombres se sienten más cómodos de utilizar los procesos de identificación de oportunidades de Aprender-Replicar y Aprender-Adquirir, y las mujeres son más propensas a utilizar Aprender-Innovar. Aunque no existen diferencias en cuanto a qué género puede identificar oportunidades más innovadoras que el otro. Por último, no se encontraron diferencias significativas en el carácter innovador de oportunidades que puede identificar un género u otro.²⁸

Covid-19

A inicios del 2020, el mundo se enfrentó a la presencia del virus SARS-CoV-2, por lo cual todos los países adoptaron medidas sanitarias para evitar la propagación masiva del virus. Sin embargo, el desconocimiento atribuido en gran medida por la poca información de su origen sumado a la incapacidad y la tardía actuación de algunas naciones en cobijar las medidas adecuadas ocasionó que la enfermedad covid-19 afectara a miles de personas. De manera que, dicha situación no solo ha tenido grandes repercusiones en el sistema de salud, sino que también “ha tenido un impacto sin precedentes en las personas, las empresas, los sectores y las economías”.²⁹

La implementación de normas restrictivas a nivel mundial, que en primera instancia afectaban directamente las relaciones interpersonales, tales como el confinamiento, el distanciamiento social y las políticas estrictas de bioseguridad provocaron una disminución en el nivel de productividad y el consumo de los mercados, ocasionando el cierre forzado de muchas empresas.³⁰ En cuanto a Latinoamérica, la Comisión Económica para América Latina (Cepal) estimó a finales de 2020 el cierre de 2,7 millones de empresas formales, lo que implicó la destrucción de 8,5 millones de empleos a causa de la pandemia del covid-19. En Colombia, la actividad empresarial se vio afectada no solo en las grandes empresas, sino también en las pymes, las cuales contribuyen en mayoría a la fuerza laboral de

26 Gaylen Chandler, Douglas Lyon y Dawn DeTienne, “Antecedents and exploitation outcomes of opportunity identification processes”, *National Academy of Management Best Paper Proceedings*, (agosto, 2005).

27 Matilde Ruiz-Arroyo, Ana María Bojica, Carlos Albacete-Sáez y María del Mar Fuentes-Fuentes, “¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? Una aproximación descriptiva al caso Andaluz”, *Gestión Joven, Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, n.o 3 (2009): 1-13.

28 Dawn DeTienne y Gaylen Chandler, “The Role of Gender in Opportunity Identification”, *Entrepreneurship Theory and Practice* 31, n.o 3 (mayo, 2007): 365-86.

29 David Aharon y Smadar Siev, “COVID-19, government interventions and emerging capital markets performance”, *Research in International Business and Finance* 58, (diciembre, 2021).

30 Constantino Hevia y Andy Neumeyer, *Un marco conceptual para analizar el impacto económico del COVID-19 y sus repercusiones en las políticas* (Buenos Aires: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).



nuestro país, como resultado 509.370 micronegocios se vieron obligados a desaparecer.³¹

Por otro lado, la tasa de emprendimiento no es la única variable que se encuentra condicionada por el impacto económico y sanitario que ha producido la pandemia. El temor al fracaso también se ve afectado, en el sentido en que los efectos negativos sobre la situación económica producen un temor creciente entre los emprendedores, ya que estos temen que el proyecto de una nueva empresa puede fracasar debido a la reducción de la demanda del mercado, la imposibilidad de acceder a recursos (en particular financiación) o medidas administrativas para garantizar distanciamiento.³² Así mismo, el miedo y la ansiedad que genera la pandemia tiene un impacto negativo en el comportamiento del emprendedor, la autoeficacia y la intención emprendedora; mientras que el reconocimiento de oportunidades de negocio se correlaciona fuerte y positivamente con estos tres elementos, por lo que se concluye que los efectos psicológicos negativos producidos por el covid-19 atentan contra el proceso de identificación de oportunidades de negocio.³³

Como se ha manifestado en el marco teórico existe evidencia que soporta cambios diferenciales entre géneros cuando se abordan la identificación de oportunidad de negocio y el temor al fracaso.³⁴ El objetivo de este estudio estriba en identificar si las relaciones teóricas encontradas que sustentan diferencias en el temor al fracaso y oportunidades de negocio entre géneros sufren o no cambios en el marco del covid-19 en Colombia. Concretamente se busca demostrar que el género influye en el temor al fracaso y en la identificación de oportunidades de negocio.

METODOLOGÍA

El tipo de estudio es descriptivo de corte transversal utilizando fuentes secundarias de datos. Se estructura mediante la base de datos GEM 2020 que representa el estudio longitudinal de emprendimiento más grande del mundo. El GEM utiliza una muestra representativa de la población adulta de 18 a 64 años y es estadísticamente representativa por género, grupo etario y ubicación geográfica. El consorcio que garantiza su aplicación y blindaje técnico en Colombia está supeditado por el grupo técnico de la Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Se utiliza el método de encuesta bajo la técnica de cuestionario estructurado con aplicación vía telefónica y cara a cara.

Sujetos

Para facilitar la construcción de la hipótesis de trabajo, se consideró necesario clasificar a la población por su género. Para ello, en la muestra, la discriminación de las categorías descritas tiene en cuenta el número por género y porcentaje. De esta manera se tiene que, de una población de 2.107 individuos, los hombres cuentan con un número de muestra de 1.010 personas que representan el 48 %, mientras que la muestra para las mujeres es de 1.097 siendo su porcentaje de un 52 % dentro de la población.

31 Valentina Acosta, "En medio de la pandemia por covid-19, cerraron 509.370 micronegocios en Colombia", *La República*, 24 de febrero de 2021, <https://www.larepublica.co/economia/en-medio-de-la-pandemia-por-covid-19-cerraron-509370-micronegocios-en-colombia-3130382/>

32 Francisco Liñan e Inmaculada Jaén, "The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: some reflections", *International Journal of Emerging Markets* 15, n.º 5 (noviembre, 2020): 1165-1174.

33 Le Thi Loan et al., "Entrepreneurial behaviour: The effects of the fear and anxiety of Covid-19 and business opportunity recognition", *Entrepreneurial Business and Economics Review* 9, n.º 3 (2021): 7-23.

34 Chandler y DeTienne, "The Role of Gender"; García y Cañarez, "Análisis del perfil", 1-27; Koellinger, Minnii y Schade, "Seeing the World", citado en Henríquez, Mosquera y Arias, "La creación de empresas", 61-77.



Tabla 1. Operacionalización de variables

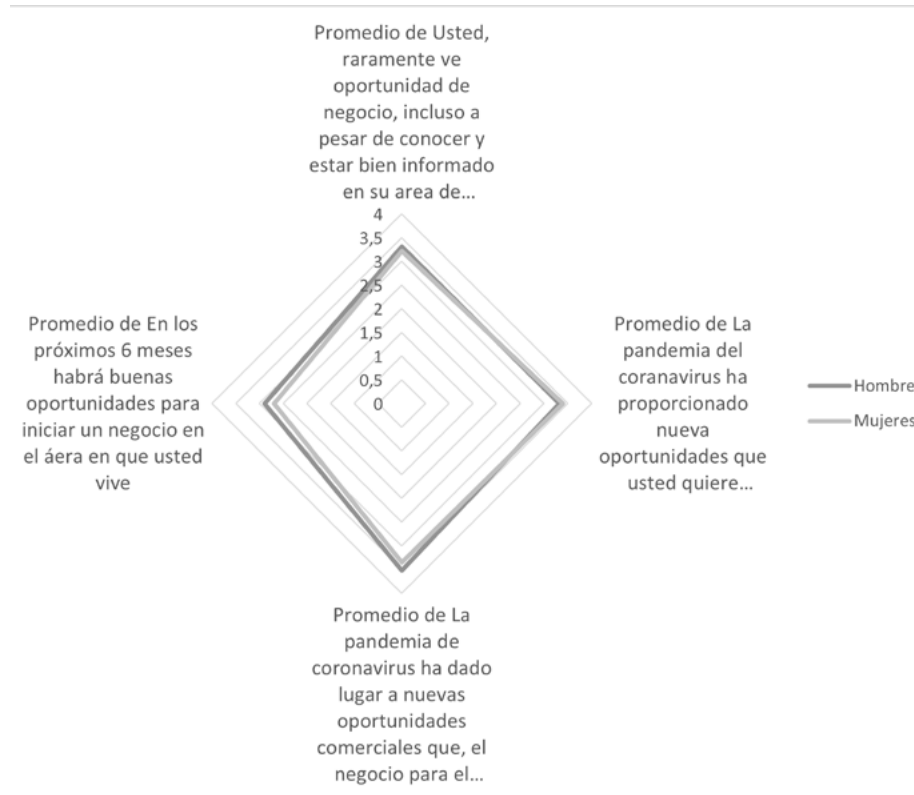
Variables	Dimensión o bloque	Pregunta	Tipo de escalamiento	Opciones de respuesta
Temor al fracaso	Introducción: Bloque central, opcional	Incluso cuando usted ve una oportunidad de negocio rentable, usted rara vez toma una iniciativa.	Tipo Likert.	Completamente de acuerdo/ Algo de acuerdo / Ni de acuerdo ni en desacuerdo/ Poco de acuerdo / Nada de acuerdo.
	Introducción: Bloque central, obligatorio	Usted no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar.	Tipo Likert.	Completamente de acuerdo/ Algo de acuerdo / Ni de acuerdo ni en desacuerdo/ Poco de acuerdo / Nada de acuerdo.
	Bloque 7: Demográficas requeridas	En 2020, ¿la pandemia de coronavirus ha llevado a que los ingresos de su hogar disminuyan fuertemente, disminuyan un poco, no muestren cambios sustanciales, aumenten o aumenten considerablemente?	Tipo Likert.	Disminuyó fuertemente / Algo disminuido/ Sin cambios sustanciales/ Aumentó un poco/ Aumentó fuertemente.
Identificación de oportunidades	Introducción: Bloque central, obligatorio	En los próximos seis meses, habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área en que usted vive.	Tipo Likert.	Completamente de acuerdo/ Algo de acuerdo / Ni de acuerdo ni en desacuerdo/ Poco de acuerdo / Nada de acuerdo.
	Introducción: Bloque central, opcional	Usted raramente ve oportunidades de negocio, incluso a pesar de conocer y estar bien informado en su área de conocimiento o de trabajo.	Tipo Likert.	Completamente de acuerdo/ Algo de acuerdo / Ni de acuerdo ni en desacuerdo/ Poco de acuerdo / Nada de acuerdo.
	Bloque 1: Emprendedores nacientes (bloque central, obligatorio)	La pandemia del coronavirus ha proporcionado nuevas oportunidades que usted quiere perseguir-desarrollar en este negocio.	Tipo Likert.	Completamente de acuerdo/ Algo de acuerdo / Ni de acuerdo ni en desacuerdo/ Poco de acuerdo / Nada de acuerdo.
	Bloque 5: Actividad emprendedora de empleados-intraemprendimiento (EEA)	La pandemia de coronavirus ha dado lugar a nuevas oportunidades comerciales que el negocio para el que usted trabaja está tratando de aprovechar actualmente.	Tipo Likert.	Completamente de acuerdo/ Algo de acuerdo / Ni de acuerdo ni en desacuerdo/ Poco de acuerdo / Nada de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

En términos de identificación de oportunidades de negocio se observa que el instrumento plantea un bloque de cuatro preguntas relacionadas. Las primeras dos enfocadas a la perspectiva general de identificación de oportunidades y las otras relacionadas con oportunidades identificadas a partir del fenómeno covid-19. En los gráficos 1 y 2 se muestran los resultados obtenidos en las medias descritas entre hombres y mujeres. Todo dato cercano a 5 puede interpretarse como más de acuerdo con las afirmaciones y en consecuencia todo dato cercano a 1 como menos de acuerdo.

Gráfico 1. Promedio de medias de variables de identificación de oportunidades entre hombres y mujeres

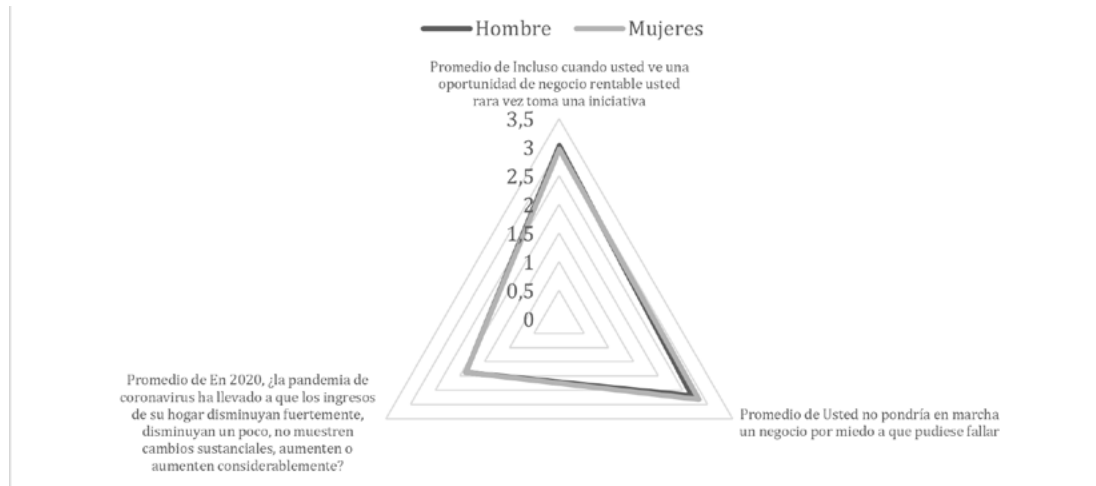


Fuente: elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 1 la crisis de la pandemia ha generado expectativas bajas y poca visión de oportunidad. Las medias ocupan valores inferiores a cuatro, lo que puede interpretarse como percepciones cautivas o controladas. Con este panorama se manifiesta que los hombres perciben más oportunidades para iniciar un negocio con una media de 2,88 con respecto a las mujeres, quienes presentan una media de 2,69. Asimismo, con una media de 3,51 se evidencia que los hombres manifiestan haber aprovechado parcialmente más las oportunidades dadas por la pandemia que las mujeres (3,35). Sin embargo, las mujeres manifiestan que la pandemia del covid-19 ha proporcionado nuevas oportunidades para desarrollar el negocio (3,39) por encima que los hombres, quienes arrojan una media de 3,31. De igual manera, a pesar de tener conocimiento y recibir información del área de trabajo, los hombres raramente perciben oportunidades de negocio (3,30) con respecto a las mujeres (3,21).

Por su parte, en relación con el temor al fracaso el instrumento propone tres preguntas, dos de las cuales indagan acerca del temor al fracaso en su forma más general y otro en condiciones de covid-19. Los resultados muestran pocas diferencias entre géneros y pueden evidenciarse en el gráfico 2.

Gráfico 2. Promedio de medias de variables temor al fracaso entre hombres y mujeres



Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta los resultados del gráfico 2 se puede concluir que, con una media de 3,03 para los hombres y una de 2,96 para las mujeres, los dos géneros cuentan con un comportamiento similar en cuanto a la iniciativa a tomar acción al momento de identificar una oportunidad de negocio. Por otro lado, se identifica con un promedio de 2,68 para los hombres y 2,82 para las mujeres una diferencia entre géneros cuando se habla del miedo al fracaso como un obstáculo o una causa que impide la puesta en marcha de un negocio. Por último, haciendo referencia al contexto covid-19, se determinó que no se encontraron diferencias en cuanto a la percepción de la variación de ingresos entre los géneros ocasionada por la pandemia, con puntajes promedios iguales de 1,88 para hombres y mujeres.

La segunda parte del análisis corresponde al desarrollo de las hipótesis de trabajo planteadas. La técnica estadística utilizada es la diferencia de medias, particularmente la prueba T-student.

Planteamiento de hipótesis

Las hipótesis de investigación a plantear serán orientadas a saber si existe o no relación entre las variables relacionadas con la identificación de oportunidades y el temor al fracaso de acuerdo con el género. En este caso, se plantean las siguientes:

¿Existe diferencia en la identificación de oportunidades de negocio entre hombres y mujeres?

H_0 = No existe diferencia en la identificación de oportunidades de negocio entre emprendedores hombres y mujeres.

H_1 = El género de los emprendedores influye significativamente en la identificación de oportunidades de negocio.

¿Existe diferencia en el temor al fracaso entre hombres y mujeres?

H_0 = No existe diferencia en el temor al fracaso entre hombres y mujeres.

H_1 = El género de los emprendedores influye significativamente en el temor al fracaso que estos perciben al momento de iniciar un negocio.

Asimismo, se plantean las hipótesis de manera estadística, lo que significa lo mismo que se plantea en su forma más general, tomando un nivel de significancia del 5 % para el rechazo de la hipótesis nula.

Por lo tanto, se hace uso de la prueba estadística T-student para estudiar ambas hipótesis de la siguiente manera:

Identificación de oportunidades y género

$H_0: U_1 = U_2$

$$H_1: U_1 \neq U_2$$

De esta manera se entiende que U_1 es la media de identificación de oportunidades en hombres mientras que U_2 es la media de identificación de oportunidades en mujeres.

Temor al fracaso y género

De esta manera se entiende que U_1 es la media del temor al fracaso en hombres mientras que U_2 es la media del temor al fracaso en mujeres.

Descrito lo anterior, se corren siete pruebas t (una por cada enunciado presente en la variable) para muestras independientes en el paquete estadístico spss 27 ®, obteniéndose las diferencias en las medias poblacionales para las hipótesis relacionadas con la identificación de oportunidades y temor al fracaso. Las pruebas cuentan con la validación de supuestos de normalidad y homocedasticidad.

Tabla 2. Pruebas de hipótesis sobre identificación de oportunidades y género

Prueba de muestras independientes										
F		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de dev. estándar	95 % de intervalo de confianza de la diferencia		
								Inferior	Superior	
En los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área en que usted vive	Se asumen varianzas iguales	0,941	0,332	1,130	2105	0,259	0,076	0,067	-0,056	0,207
	No se asumen varianzas iguales			1,129	2083,732	0,259	0,076	0,067	-0,056	0,207
Usted raramente ve oportunidades de negocio, incluso a pesar de conocer y estar bien informado en su área de conocimiento o trabajo	Se asumen varianzas iguales	0,410	0,522	1,302	2105	0,193	0,084	0,065	-0,043	0,211
	No se asumen varianzas iguales			1,301	2086,323	0,193	0,084	0,065	-0,043	0,212
La pandemia del coronavirus ha proporcionado nuevas oportunidades que usted quiere perseguir-desarrollar en este negocio	Se asumen varianzas iguales	2,528	0,112	-0,626	617	0,532	-0,079	0,127	-0,329	0,170
	No se asumen varianzas iguales			-0,626	615,590	0,532	-0,079	0,127	-0,329	0,170

La pandemia de coronavirus ha dado lugar a nuevas oportunidades comerciales que el negocio para el que usted trabaja está tratando de aprovechar actualmente.	Se asumen varianzas iguales	0,078	0,781	0,828	88	0,410	0,259	0,313	-0,363	0,882
	No se asumen varianzas iguales			0,831	70,782	0,409	0,259	0,312	-0,363	0,882

Fuente: Elaboración propia utilizando el programa SPSS.

Tabla 3. Pruebas de hipótesis sobre temor al fracaso y género

Prueba de muestras independientes										
F		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de desv. estándar	95 % de intervalo de confianza de la diferencia		
								Inferior	Superior	
Incluso cuando usted ve una oportunidad de negocio rentable usted rara vez toma una iniciativa	Se asumen varianzas iguales	1,826	0,177	1,100	2105	0,272	0,071	0,065	-0,056	0,198
	No se asumen varianzas iguales			1,101	2096,995	0,271	0,071	0,065	-0,056	0,198
Usted no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	Se asumen varianzas iguales	0,038	0,846	-1,967	2105	0,049	-0,13504	0,06865	-0,26966	-0,00041
	No se asumen varianzas iguales			-1,967	2092,450	0,049	-0,13504	0,06863	-0,26963	-0,00044
En 2020, ¿la pandemia de coronavirus ha llevado a que los ingresos de su hogar disminuyan fuertemente, disminuyan un poco, no muestren cambios sustanciales, aumenten considerablemente?	Se asumen varianzas iguales	0,025	0,874	0,061	2105	0,951	0,003	0,044	-0,083	0,088
	No se asumen varianzas iguales			0,061	2088,982	0,951	0,003	0,044	-0,083	0,088

Fuente: Elaboración propia utilizando el programa SPSS



Se observa en la tabla 2 que no existen diferencias estadísticamente significativas que permitan rechazar la H_0 , lo que quiere decir que en este trabajo no se encontraron evidencias que permitan manifestar las diferencias en la variable identificación de oportunidades entre hombres y mujeres.

Para las variables de temor al fracaso se observa que en el enunciado “Usted no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar” se encuentra en la tabla 3 una relación significativa [$\text{sig } 0,049$] que permite el rechazo de la H_0 , encontrando que las mujeres presentan un mayor temor al fracaso comparado con los hombres.

CONCLUSIONES

Se concluye que existe convergencia teórica que respalda las diferencias en el temor al fracaso entre hombres y mujeres. En este sentido, se entiende que los hombres cuentan con más iniciativas para iniciar un negocio pese al sentimiento de temor que puede existir en tiempos de incertidumbre con respecto a las mujeres, las cuales perciben dicho sentimiento como un obstáculo determinante al momento de crear una empresa.³⁵ A su vez, el conjunto de variables que hacen alusiones a los juicios y percepciones que se encuentran presentes en una persona es un factor de influencia en el comportamiento de mujeres y hombres con respecto al temor al fracaso y en cómo estos reciben y se comportan frente a una idea y oportunidad de creación de negocio, en el que hay una influencia mayor en las mujeres.³⁶ Por lo tanto, en la actividad de emprender, el conocimiento teórico-práctico no es el único aspecto a tener en cuenta y que determina un rumbo, sino que, por lo contrario, las características y habilidades propias de un emprendedor comprenden ventajas innatas, sin descuidar las condiciones culturales y sociales que tanto hombres como mujeres enfrentan.³⁷ De esta manera, los estudios de género en emprendimiento cobran validez dado que se siguen manifestando relaciones diferenciales entre hombres y mujeres sobre todo en países de economías emergentes.

³⁵ García y Cañiáñez, “Análisis del perfil”, 1-27.

³⁶ Henríquez, Mosquera y Arias, “La creación de empresas”, 61-77.

³⁷ William Bygrave y Charles Hofer, *Theorizing about entrepreneurship Entrepreneurship Theory and Practice*, citado en Alberto Bucardo, María Luisa Saavedra y María Elena Camarena, “Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios”, *Suma de Negocios* 6, n.º 13 (2015): 98-107.



REFERENCIAS

- Acosta, Valentina. "En medio de la pandemia por covid-19, cerraron 509.370 micronegocios en Colombia". La República, 24 de febrero de 2021. <https://www.larepublica.co/economia/en-medio-de-la-pandemia-por-covid-19-cerraron-509370-micronegocios-en-colombia-3130382>
- Aharon, David y Smadar Siev. "COVID-19, government interventions and emerging capital markets performance". *Research in International Business and Finance* 58, (diciembre, 2021). doi:10.1016/j.ribaf.2021.101492.
- Bélanger, Jocelyn et al. "Driven by fear: The effect of success and failure information on passionate individuals' performance". *Journal of Personality and Social Psychology* 140, n.º 1 (2013): 180-195. doi:10.1037/a0029585.
- Berrios, Jose y Maritza Espina. "Factores determinantes para el desarrollo de la actividad emprendedora: Un estudio correlacional". *Esic Market: Economics and Business Journal* 45, n.º 147 (abril, 2014). doi:10.7200/esicm.147.0451.4.
- Bucardo, Alberto, María Luisa Saavedra y María Elena Camarena "Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios". *Suma de Negocios* 6, n.º 13 (2015): 98-107. doi:10.1016/j.sumneg.2015.08.009.
- Cacciotti, Gabriella et al. "Entrepreneurial fear of failure: Scale development and validation". *Journal of Business Venturing* 35, n.º 5 (septiembre, 2020). doi:10.1016/j.jbusvent.2020.106041.
- Cacciotti, Gabriella et al. "A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship". *Journal of Business Venturing* 31, n.º 3 (mayo, 2016): 302-325. doi:10.1016/j.jbusvent.2016.02.002.
- Chandler, Gaylen, Douglas Lyon y Dawn DeTienne. "Antecedents and exploitation outcomes of opportunity identification processes". *National Academy of Management Best Paper Proceedings*, (agosto, 2005). doi:10.5465/ambpp.2005.18778647.
- DeTienne, Dawn y Gaylen Chandler. "The Role of Gender in Opportunity Identification". *Entrepreneurship Theory and Practice* 31, n.º 3 (mayo, 2007): 365-86. doi:10.1111/j.1540-6520.2007.00178.x.
- Gamero, Harold y Jhony Ostos. "Revisión sistemática de literatura sobre factores clave en la identificación de oportunidades de negocio". *RETOS: Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 10, n.º 20 (2020): 307-327. doi:10.17163/ret.n20.2020.07.
- García, Fernando y María Cañarez. "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género". *Estudios de Economía Aplicada* 28, n.º 3 (2010): 1-27.
- Global Entrepreneurship and Development Institute [GEDI]. "Global Entrepreneurship Index". (2019).
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. "2019/2020 Global report". Acceso en febrero de 2020. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report/>
- George, Mary, Vinit Parida, Tom Wincent y Joakim Lahti. "A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors". *International Entrepreneurship and Management Journal*, (junio, 2016): 309-350.
- Gómez, Liyis et al. *GEM Colombia: estudio de la actividad empresarial en 2017*. Colombia: Universidad Del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad ICESI, Corporación Universitaria del Caribe-CERCAR, Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad EAN, 2019.
- Heinzel, Joachim, Richard Geibel y Hossein Askari. "How do certain factors affect the fear of failure in entrepreneurship?". *Annual International Conference On Business Strategy & Organizational Behaviour*, (agosto, 2014): 21-26. doi:10.5176/2251-1970_IE14.08.
- Henríquez, María, Clara Mosquera y Alberto Arias. "La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina". *Economía, Gestión y Desarrollo*, n.º 10 (diciembre, 2010): 61-77.
- Hevia, Constantino y Andy Neumeyer. *Un marco conceptual para analizar el impacto económico del COVID-19 y sus repercusiones en las políticas*. Buenos Aires: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020.
- Kollman, Tobias, Christoph Stöckmann y Julia Kensbock. "Fear of failure as a mediator of the relationship between obstacles and nascent entrepreneurial activity. An experimental approach". *Journal of Business Venturing* 32, n.º



3 (2017): 280-301. [doi:10.1016/j.jbusvent.2017.02.002](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.002).

- Liñan, Francisco e Inmaculada Jaén. "The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: some reflections". *International Journal of Emerging Markets* 15, n.º 5 (noviembre, 2020): 1165-1174. [doi:10.1108/IJOEM-05-2020-0491](https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2020-0491).
- Loan, Le Thi et al. "Entrepreneurial behaviour: The effects of the fear and anxiety of Covid-19 and business opportunity recognition". *Entrepreneurial Business and Economics Review* 9, n.º 3 (2021): 7-23. [doi:10.15678/EBER.2021.090301](https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090301).
- Mahto, Raj y William McDowell. "Entrepreneurial motivation: a non-entrepreneur's journey to become an entrepreneur". *International Entrepreneurship and Management Journal*, (septiembre, 2018): 513-526.
- Maran, Thomas et al. "Motivational foundations of identifying and exploiting entrepreneurial opportunities". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 27, n.o 4 (mayo, 2021): 1068-1072. [doi:10.1108/IJEER-05-2020-0291](https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2020-0291).
- Mitchell, Robert y Dean Shepherd. "Afraid of opportunity: the effects of fear of failure on entrepreneurial decisions". *Frontiers of Entrepreneurship Research* 31, n.º 6 (2011): 195-209.
- Nielsen, Suna y Astrid Lasen. "Images of entrepreneurship: towards a new categorization of entrepreneurship". *International Entrepreneurship and Management Journal* 8, n.º 1 (2011): 35-53. [doi:10.1007/s11365-010-0159-7](https://doi.org/10.1007/s11365-010-0159-7).
- Ruiz-Arroyo, Matilde, Ana María Bojica, Carlos Albacete-Sáez y María del Mar Fuentes-Fuentes. "¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? Una aproximación descriptiva al caso Andaluz". *Gestión Joven. Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, n.o 3 (2009): 1-13.
- Sledzik, Karol. "Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship". *Management Trends in Theory and Practice*, (2013). [doi:10.2139/ssrn.2257783](https://doi.org/10.2139/ssrn.2257783).
- Stevenson, Howard. *A perspective on entrepreneurship*. Boston: Harvard Business School, 1983.
- Terán-Yepe, Eduardo y Andrea Guerrero-Mora. "Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones". *Revista Espacios* 41, n.o 7 (marzo, 2020): 7-22.
- Wood, Matthew, William Mckinley y Craig Engstrom. "Endings and Visions of New Beginnings: The Effects of Source of Unemployment and Duration of Unemployment on Entrepreneurial Intent". *Entrepreneurship Research Journal* 3, n.º 2 (septiembre, 2013): 171-206. [doi:10.1515/erj-2012-0005](https://doi.org/10.1515/erj-2012-0005).
- Zhang, Ruixun R., Thomas Brennan y Andrew W. Lo. "The origin of risk aversion". *Proceedings of the National Academy of Science* 111, n.o 50 (diciembre, 2014): 17777-17782. [doi:10.1073/pnas.1406755111](https://doi.org/10.1073/pnas.1406755111).