



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



RELACIÓN ENTRE LA MOTIVACIÓN Y EL LIDERAZGO CON LAS
COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE LAS EMPRESARIAS
TABASQUEÑAS

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE:
DOCTOR EN ESTUDIOS ECONÓMICO ADMINISTRATIVOS

EN LA LGAC:
GESTIÓN ORGANIZACIONAL NACIONAL E INTERNACIONAL

PRESENTA
JENNIFER DARVELIA MIRANDA SÁNCHEZ

BAJO LA DIRECCIÓN DE
DRA. MARÍA DEL CARMEN SANDOVAL CARAVEO

EN CO-DIRECCIÓN:
DRA. GILDA MARÍA BERTTOLINI DÍAZ

VILLAHERMOSA TABASCO, MARZO DE 2023



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



**División Académica de
Ciencias Económico
Administrativas/
Dirección**



OFICIO: DACEA/DIRECCIÓN/0445/2023
Villahermosa, Tabasco; a 22 de febrero de 2023

**LIC. MARIBEL VALENCIA THOMPSON
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN
Y TITULACIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES
P R E S E N T E**

De conformidad con lo establecido en el Art. 75 fracción V, Art. 76 fracción III, así como el Art. 77 fracciones I, II y III del Reglamento General de Estudios de Posgrado (vigente) de la UJAT, me permito comunicar a usted que la **Dra. María del Carmen Sandoval Caraveo** (Directora) y el **Dra. Gilda María Berttolini Díaz** (Codirector), dirigieron y supervisaron la tesis:

**"RELACIÓN ENTRE LA MOTIVACIÓN Y EL LIDERAZGO CON LAS COMPETENCIAS
EMPREENDEDORAS DE LAS EMPRESARIAS TABASQUEÑAS"**

Proyecto de investigación elaborado por la **C. Jennifer Darvelia Miranda Sánchez** egresada del Doctorado en Estudios Económico Administrativos. Los miembros del Jurado de Examen Profesional, integrado por los profesores: Dr. Salvador Neme Calacich, Dra. Gilda María Berttolini Díaz, Dra. María del Carmen Sandoval Caraveo, Dr. Arturo Martínez de Escobar Fernández, Dra. Gizelle Guadalupe Macías González, Dra. Deneb Elí Magaña Medina y Dra. Norma Aguilar Morales; autorizaron el trabajo de tesis después de revisar y señalar las modificaciones pertinentes, misma que la interesada efectuó. Por lo tanto, **puede imprimirse**.

ATENTAMENTE

**MTRO. JOSÉ JUAN PAZ REYES
DIRECTOR**

**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**



**DIVISIÓN ACADEMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
DIRECCIÓN**

MW
c.c.p. Archivo

Av. 27 de Febrero 630, Col. Centro, C.P.86000. Villahermosa, Centro, Tabasco
Tel. (993) 358.15.00 Ext. 6205 y 6206; e-Mail: cip.dacea@ujat.mx
www.ujat.mx

CARTA DE AUTORIZACIÓN

La que suscribe, autoriza por medio de la presente a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, para que utilice tanto en formato físico como digital la tesis de grado con título “RELACIÓN ENTRE LA MOTIVACIÓN Y EL LIDERAZGO CON LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE LAS EMPRESARIAS TABASQUEÑAS”, de la cual soy autora y titular de los derechos de autor.

La finalidad del uso y manejo de la tesis por parte de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), será única y exclusivamente para difusión, educación y sin fines de lucro; autorización que se hace de manera enunciativa más no limitativa para compartir su contenido en la Red Abierta de Bibliotecas Digitales y a cualquier otra red académica con las que la UJAT tenga relación.

Por lo anterior, libero a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de cualquier reclamación legal que pudiera ejercer respecto al uso y manipulación de la tesis mencionada y para los fines estipulados en este documento.

Se firma la presente autorización en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a los 07 del mes de marzo del año 2023.

Autorizó

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Jennifer', is written over a horizontal line.

C. Jennifer Darvelia Miranda Sánchez

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

C. Jennifer Darvelia Miranda Sánchez, estudiante del programa de Doctorado en Estudios Económico Administrativos con registro PNPC 005590 de la División Académica de Ciencias Económico Administrativos en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco como autora de la presente tesis para el grado de Doctor titulada “RELACIÓN ENTRE LA MOTIVACIÓN Y EL LIDERAZGO CON LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE LAS EMPRESARIAS TABASQUEÑAS”

DECLARO QUE:

Esta tesis es mi propio trabajo, con excepción de las citas en las que he dado crédito a sus autores, asimismo, afirmo que no ha sido presentada para la obtención de algún título o grado equivalente.

Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad del contenido de la tesis presentada de conformidad con el ordenamiento vigente

Villahermosa, Tabasco a 07 de marzo de 2023



C. Jennifer Darvelia Miranda Sánchez

*Por y para todas las mujeres que buscamos
un espacio donde marcar la diferencia.*

“No podemos avanzar todos, si a la mitad se nos deja atrás”

Malala Yousafzai

Agradecimientos

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por brindarme los recursos necesarios para poder cursar este posgrado y para la realización de esta investigación.

Agradezco a mi Comité Tutorial, sin su constante apoyo esto no habría sido posible. Sus consejos, su respaldo, confianza y guía permitieron que esta investigación viera la luz. Es imposible poner en palabras el agradecimiento que siento, Dra. María del Carmen, Dra. Gilda, Dr. Salvador, muchísimas gracias, no pude tener mejor Comité.

Dr. Barroso, gracias por enseñarme a ver más allá de los números y de los datos, mi camino en la investigación inició con usted. Su acompañamiento durante los distintos procesos de estancia ha dado sus frutos.

Gracias a mi familia que sin dudarlo me han facilitado los medios para que pueda seguir alcanzando mis metas, sin ellos no estaría en el lugar que hoy puedo estar.
Mis padres, mi madre, mis hermanos, gracias.

Gracias a cada una de las personas que directamente formaron parte de esta aventura. Especialmente a Francisco, Graziella y a mi Liz, sin su colaboración, sin su insistencia, sin su amistad, esto se habría quedado en el camino.

Infinitas gracias a quien pacientemente me escuchó hablar por horas, a quien me ayudó a retomar el camino cada vez que me sentía perdida, a quien me recomendó cursos, lecturas y compartió contenido que facilitara mi trayecto durante todo este proceso. Aunque a veces no lo comprendieras, esto también es gracias a ti.

Finalmente, el agradecimiento más importante es para cada una de las mujeres que formaron parte de este trabajo, mujeres que día a día se esfuerzan por hacerse de un espacio, mujeres que luchan por mejorar su vida y la de los suyos, mujeres que aún bajo el anonimato de sus respuestas, su voz ha sido escuchada.

Resumen

Con el objetivo de conocer los motivos para emprender y los retos a los que se han enfrentado las mujeres, tanto a nivel personal y de gestión del negocio; así como el de identificar la motivación, el liderazgo y las competencias emprendedoras y su posible relación, se realizó una investigación cuantitativa no probabilística de tipo correlacional a 212 empresarias en Tabasco, México.

Las mujeres participantes fueron en su mayoría jóvenes, quienes señalaron que han tenido apoyo de familiares y amigos durante su emprendimiento, mismo que ha sido iniciado por un deseo de tener algo propio. Sobre los retos que han enfrentado, la mayoría reconoció necesitar formación para gestionar su negocio, como en áreas de marketing, calidad y manejo financiero. Resultados que distan de la teoría que sugiere que los principales problemas que enfrentan las emprendedoras son con su círculo cercano por dedicarse a una actividad que socialmente no es bien vista. En cuanto al análisis de las variables de estudio, se identificó que las empresarias consideran a la priorización como la principal competencia emprendedora que poseen y a la búsqueda de autonomía como su principal motivador para emprender, en cuanto al estilo de liderazgo, prevalecieron de características del estilo transformacional. Además, por medio de un modelo de ecuaciones estructurales, se identificó que existe relación positiva entre la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras, aunque no fue significativa.

Los hallazgos de este estudio abonan al entendimiento del comportamiento empresarial de la mujer y a reflexionar sobre su situación, por lo que se invita al involucramiento de diversos actores que permitan dar visibilidad a su participación económica, cuyo desarrollo se ve afectado por la disparidad de roles en la sociedad.

Palabras clave: Emprendimiento femenino, competencias emprendedoras, liderazgo femenino.

Abstract

In an effort to learn about the reasons for entrepreneurship and the challenges faced by women, at a personal and business management level, as well as to identify motivation, leadership and entrepreneurial competencies and their possible relationship, a non-probabilistic correlational quantitative research was conducted with 212 women entrepreneurs in Tabasco, Mexico.

The women participants were mostly young, who indicated having received support from family and friends during their entrepreneurship, which they started out of a desire to have something of their own. Regarding the challenges they have faced, most of them recognized that they require training to manage their business in marketing, quality and financial management. These results depart from the theory that suggests that the main problems faced by women entrepreneurs are with their close circle for engaging in an activity that is not well regarded socially. The analysis of the study variables showed that women entrepreneurs consider prioritization as their main entrepreneurial competence and the search for autonomy as the main motivator for entrepreneurship; in terms of leadership style, transformational style characteristics predominated. In addition, through structural equation modeling, positive relationships between motivation and leadership and entrepreneurial competencies were identified, although they were not significant.

The results of this study contribute to the understanding of women's entrepreneurial behavior and provide an opportunity to reflect on their situation, and calls for the involvement of various actors to give visibility to women's economic participation, whose development is affected by unequal roles in society.

Keywords: Female entrepreneurship, entrepreneurial skills, female leadership.

ÍNDICE

Índice de tablas/ V

Índice de figuras / VII

Introducción / X

Capítulo I. Marco Contextual /1

Antecedentes /1

Planteamiento del problema /3

Preguntas de investigación /10

Hipótesis/10

Objetivo general /11

Objetivos específicos /11

Justificación /11

Limitaciones y delimitaciones /13

Capítulo II. Motivación, Liderazgo y Competencias Emprendedoras /15

Motivación /15

Teorías de la Motivación /17

Motivación para emprender / 21

Liderazgo / 25

Liderazgo y emprendimiento / 26

Estilos de liderazgo / 28

Emprendimiento /36

El emprendedor /37

Competencias emprendedoras /38

La participación de la mujer en el emprendimiento /47

Áreas en que emprende la mujer /48

Motivación en la mujer para emprender /49

La mujer y su estilo de liderazgo /51

Las empresarias en el contexto nacional y estatal / 53

Estado del arte/ 67

Modelo teórico / 68

Capítulo III. Metodología / 69

Método y enfoque / 69

Tipo y diseño / 70

Participantes/ 70

Población / 71

Muestra / 72

Pertinencia de la selección de los sujetos / 73

Técnica de investigación / 74

Instrumentos / 74

Instrumento seleccionado para medir la Variable Motivación / 80

Instrumento seleccionado para medir la Variable Liderazgo / 81

Instrumento seleccionado para medir la Variable Competencias Emprendedoras /

83

Composición del instrumento para este estudio / 86

Procedimiento de recolección de datos / 87

Plan de análisis de la información / 88

Operacionalización de las variables / 88

Codificación y niveles de medición de las variables de estudio / 92

Validez del instrumento / 98

Prueba Piloto / 101

Fiabilidad del instrumento / 103

Modificación de ítems de instrumento después de análisis de fiabilidad y validez de contenido y criterio / 105

Capítulo IV. Resultados / 108

Caracterización de la muestra / 108

Razones y retos detrás de los negocios de las participantes / 114

Datos descriptivos por variables de estudio / 116

Variable motivación / 117

Variable Liderazgo / 121

Variable Competencias Emprendedoras / 128

Análisis Factorial Exploratorio / 140

Análisis Factorial Confirmatorio / 142

Constructo Motivación / 143

Constructo Liderazgo / 144

Constructo Competencias Emprendedoras / 146

Respuesta a las hipótesis de investigación por análisis multivariante / 148

Capítulo V. Discusión / 151

Capítulo VI Conclusiones / 159

Recomendaciones / 162

Referencias / 164

Apéndices / 178

1. Autorizaciones de uso de instrumentos por parte de autores de las variables
Competencias Emprendedoras, Motivación y Liderazgo / 178

*1a. Autorización de uso de instrumento para medir la Motivación por López, et al.,
(2016).*

*1b. Autorización de uso de instrumento para medir el Liderazgo, en su forma corta MLQ
6s adaptado y traducido por Castro y Espinoza (2020), con base en la adaptación de
Northouse (2010) al MLQ versión original de Bass y Avolio, 1997.*

1c. Autorización de uso de instrumento para medir las Competencias Emprendedoras por Santos (2011)

2. Cuestionario para empresarias y emprendedoras de Tabasco (después de modificaciones) / 182

3. Cuestionario para empresarias y emprendedoras de Tabasco. Formato digital / 188

4. Factores por constructos con base en resultados del análisis factorial exploratorio / 189

4a. Carga factorial con análisis de máxima verosimilitud y rotación varimax para el constructo Motivación.

4b. Carga factorial con análisis de máxima verosimilitud y rotación varimax para el constructo Liderazgo.

4c. Carga factorial con análisis de máxima verosimilitud y rotación varimax para el constructo Competencias Emprendedoras.

Índice de tablas

- Tabla 1.** Autores del constructo Motivación (enfocada en el emprendimiento) / 23
- Tabla 2.** Definición de las dimensiones de la variable Motivación (enfocada en el emprendimiento) / 25
- Tabla 3.** Autores del constructo Liderazgo (a partir del estilo desarrollado por el líder) /32
- Tabla 4.** Definición de las dimensiones de la variable Liderazgo (a partir del estilo desarrollado por el líder) / 35
- Tabla 5.** Autores del constructo Competencias Emprendedoras /43
- Tabla 6.** Definición de las dimensiones de la variable Competencias Emprendedoras /46
- Tabla 7.** Cifras comparativas del total nacional de MiPyMEs con los establecimientos donde la mujer es propietaria. /58
- Tabla 8.** Características de los establecimientos donde la mujer es propietaria (tamaño). /58
- Tabla 9.** Características de los establecimientos donde la mujer es propietaria (sector). /58
- Tabla 10.** MiPyMEs donde la mujer es propietaria y el personal que emplean. Comparación de cifra nacional y estatal. /60
- Tabla 11.** Distribución del personal ocupado y personal ocupado remunerado por sexo del propietario. /60
- Tabla 12.** Edad del personal contratado por propietarias. Comparación de cifra nacional y de cifra de propietarias tabasqueñas. /62
- Tabla 13.** Nivel de estudios del personal contratado por propietarias. Comparación de cifra nacional y de cifra de propietarias tabasqueñas. /62
- Tabla 14.** Capacitación proporcionada al personal contratado por propietarias. Comparación de cifra nacional y de cifra de propietarias tabasqueñas. /63
- Tabla 15.** Problemáticas principales que enfrentan los establecimientos MiPyMEs según el sexo del propietario. /64
- Tabla 16.** Fuentes de los préstamos, créditos o financiamiento en las MiPyMEs con mujeres propietarias. /65
- Tabla 17.** Uso de los préstamos, créditos o financiamiento en las MiPyMEs de mujeres propietarias. /65
- Tabla 18.** Uso de sistemas de control de gastos e ingresos en MiPyMEs con mujeres propietarias. /66
- Tabla 19.** Esquema del estudio para identificar las características de las empresarias tabasqueñas con base en las variables a investigar /69
- Tabla 20.** Análisis de instrumentos para la variable Motivación / 75
- Tabla 21.** Análisis de instrumentos para la variable Liderazgo / 77
- Tabla 22.** Análisis de instrumentos para la variable Competencias Emprendedoras /78
- Tabla 23.** Elementos que integran el instrumento de Motivación para el emprendimiento de López et al. (2016) /81
- Tabla 24.** Elementos que integran el instrumento MLQ forma 6S de Bass y Avolio, adaptado por Northouse (2010) /82

Tabla 25. *Elementos que integran el instrumento de Competencias Emprendedoras de Santos (2011) /84*

Tabla 26. *Esquemmatización de la variable Motivación / 89*

Tabla 27. *Esquemmatización de la variable Liderazgo /89*

Tabla 28. *Esquemmatización de la variable Competencias emprendedoras. / 90*

Tabla 29. *Codificación de la Sección 2: Principal razón para iniciar el negocio de las empresarias/ 93*

Tabla 30. *Codificación de la Sección 2: Retos de las empresarias/ 93*

Tabla 31. *Nivel de medición de la Sección 3: Variable Motivación / 94*

Tabla 32. *Nivel de medición de la Sección 3: Variable Liderazgo / 95*

Tabla 33. *Nivel de medición de la Sección 3: Variable Competencias emprendedoras / 96*

Tabla 34. *Perfil de las especialistas que participaron en el juicio de expertos / 98*

Tabla 35. *Categorías para evaluar los ítems del instrumento por medio del juicio de expertos / 99*

Tabla 36. *Indicadores de concordancia para Kappa de Fleiss, con base en Kappa de Cohen / 100*

Tabla 37. *Valores de concordancia de Kappa de Fleis obtenidos del juicio de expertos / 101*

Tabla 38. *Indicadores para interpretación de resultados de Alfa de Cronbach / 103*

Tabla 39. *Alpha de Cronbach por dimensiones / 104*

Tabla 40. *Retos que las empresarias enfrentaron al inicio de su negocio / 114*

Tabla 41. *Retos que las empresarias enfrentan actualmente con su negocio / 115*

Tabla 42. *Dificultades que las empresarias no han experimentado / 116*

Tabla 43. *KMO y prueba de esfericidad de los constructos para factorización / 141*

Tabla 44. *Índices de ajuste esperados para un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) por medio del análisis factorial confirmatorio (AFC) / 143*

Índice de figuras

- Figura 1.** Elementos que determinan la motivación en los individuos según Robbins y Judge / 16
- Figura 2.** Elementos que determinan la motivación según Chiavenato / 17
- Figura 3.** Pirámide de las necesidades, según la jerarquía establecida por Maslow / 18
- Figura 4.** Elementos que definen la motivación en los individuos según McClelland / 19
- Figura 5.** Elementos que determinan la motivación según Alderfer en la Teoría ERC / 20
- Figura 6.** Porcentaje de empresas con participación de una mujer dentro de los principales propietarios, de acuerdo con la regionalización del Banco Mundial / 54
- Figura 7.** Porcentaje de empresas donde la mayoría o la totalidad de sus propietarios son mujeres, de acuerdo con la regionalización del Banco Mundial / 55
- Figura 8.** Diferencias de acceso a servicios financieros y de ahorro entre hombres y mujeres, de acuerdo con la regionalización del Banco Mundial / 56
- Figura 9.** Mapa del estado de Tabasco proporcionada por el INEGI /59
- Figura 10.** Propietarias de MiPyMEs en comparación a la media nacional, considerando Tabasco y los estados que tienen la mayor y menor proporción en participación. /61
- Figura 11.** Modelo teórico de competencias emprendedoras, motivación y liderazgo / 67
- Figura 12.** Edad de las participantes / 108
- Figura 13.** Municipio de residencia de las participantes /109
- Figura 14.** Estado civil de las participantes / 109
- Figura 15.** Número de hijos de las participantes / 110
- Figura 16.** Último nivel de estudios de las participantes / 110
- Figura 17.** Cantidad de dependientes económicos de las participantes / 111
- Figura 18.** Dependientes económicos de las participantes / 111
- Figura 19.** Productos o servicios que ofrecen las empresarias / 112
- Figura 20.** Antigüedad de los negocios de las participantes / 112
- Figura 21.** Empleados con los que cuentan las participantes en sus negocios / 113
- Figura 22.** Agrupaciones formales a las que están afiliadas las empresarias / 113
- Figura 23.** Principal razón para iniciar un negocio propio / 114
- Figura 24.** Escala para interpretar resultados cuantitativos / 117
- Figura 25.** Resultados de la dimensión Obtención de Ingresos / 118
- Figura 26.** Resultados de la dimensión Factores Intrínsecos / 119
- Figura 27.** Resultados de la dimensión Búsqueda de Autonomía / 120
- Figura 28.** Resultados de la dimensión Seguridad Económica / 121
- Figura 29.** Resultados del indicador Influencia Idealizada del Liderazgo Transformacional / 122
- Figura 30.** Resultados del indicador Motivación Inspiradora del Liderazgo Transformacional / 123

- Figura 31.** Resultados del indicador Estimulación Intelectual del Liderazgo Transformacional / 124
- Figura 32.** Resultados del indicador Consideración Individualizada del Liderazgo Transformacional / 125
- Figura 33.** Resultados del indicador Recompensa Contingente del Liderazgo Transaccional / 126
- Figura 34.** Resultados del indicador Dirección por Excepción del Liderazgo Transaccional / 127
- Figura 35.** Resultados de la dimensión Laissez-Faire / 128
- Figura 36.** Resultados de la dimensión Espíritu Emprendedor / 129
- Figura 37.** Resultados de la dimensión Necesidad de Existir / 130
- Figura 38.** Resultados de la dimensión Experiencia Técnica Previa / 131
- Figura 39.** Resultados de la dimensión Tolerancia al Riesgo / 132
- Figura 40.** Resultados de la dimensión Trabajo Arduo / 133
- Figura 41.** Resultados de la dimensión Capacidad para Reponerse y Aprender / 134
- Figura 42.** Resultados de la dimensión Capacidad para Trabajar con Otros / 135
- Figura 43.** Resultados de la dimensión Credibilidad / 136
- Figura 44.** Resultados de la dimensión Priorizar / 137
- Figura 45.** Resultados de la dimensión Familia y Negocio / 139
- Figura 46.** Resultados de la dimensión Profesionalismo del Emprendedor / 140
- Figura 47.** Coeficientes estandarizados para medir el constructo Motivación / 144
- Figura 48.** Coeficientes estandarizados para medir el constructo Liderazgo / 145
- Figura 49.** Coeficientes estandarizados para medir el constructo Competencias Emprendedoras / 147
- Figura 50.** Modelo de ecuaciones estructurales del proyecto de investigación / 150
- Figura 1a.** Autorización vía correo electrónico del autor del instrumento para medir la variable Motivación / 179
- Figura 1b.** Autorización vía correo electrónico de la autora del instrumento para medir la variable Liderazgo / 180
- Figura 1c.** Autorización vía correo electrónico del autor del instrumento para medir la variable Competencias Emprendedoras / 181

Introducción

Esta investigación fue realizada con el objetivo principal de diseñar un modelo teórico que permitiera verificar la relación que puede existir entre las variables de motivación, liderazgo y competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas. En este tenor, con la metodología cuantitativa utilizada se logró identificar las motivaciones, el estilo de liderazgo, las competencias emprendedoras, así como las dificultades percibidas antes y durante el proceso de emprendimiento de las empresarias.

Para el alcance de los objetivos se contó con la participación de 212 empresarias tabasqueñas quienes, por medio de un instrumento previamente validado, expresaron a través de sus respuestas los elementos de las variables mencionadas con que se identificaban de acuerdo con su actividad empresarial. Las participantes fueron parte de un muestreo no probabilístico y bajo intencionalidad del investigador, debido a la carencia de bases de datos o registros oficiales que permitieran localizar a las empresarias tabasqueñas, siendo ésta la principal dificultad para la realización del estudio.

Debido pues a que en las hipótesis del estudio se buscó el establecimiento de las relaciones positivas y significativas entre las variables, el tipo fue de diseño correlacional. Por lo que se hizo uso de los softwares estadísticos SPSS y AMOS para el análisis y validación de los datos recolectados, así como para realizar los análisis de modelos de ecuaciones estructurales (SEM) correspondientes a cada variable y a la interacción entre éstas dentro de la población de estudio.

En este sentido, se pudo establecer que existen relaciones positivas entre la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras, sin embargo, ésta no es significativa, ante lo cual, y por medio de los datos descriptivos, se pudieron identificar las posibles limitaciones de la población de estudio, tal como se presentan en los capítulos cuatro y cinco de este documento.

El primer capítulo corresponde a la explicación del contexto donde se desarrolla la investigación, se presentan los antecedentes y la definición de la problemática que enmarca las condiciones de las mujeres empresarias. En este capítulo se encuentran las preguntas de investigación, los objetivos, las hipótesis que direccionan el diseño del modelo teórico, así como la justificación, las limitaciones y delimitaciones del estudio.

En el segundo capítulo se encuentra la revisión teórica, donde se desarrollan las definiciones, los conceptos, las características y elementos específicos de cada variable con base en la participación de las mujeres en la economía por medio de sus emprendimientos. En este mismo apartado se encuentran tablas concentradoras que facilitan la identificación de los estudios y teorías que fundamentan este estudio, tanto aquellas que han sido aplicadas en el contexto nacional como en el internacional. Así también, se localiza el modelo teórico desarrollado a partir del estado del arte, mismo que sirvió como base para el alcance de los objetivos e hipótesis del estudio.

Dentro del tercer capítulo se describe la metodología diseñada para la consecución de los objetivos propuestos, ante lo cual se describe el enfoque, el método, la descripción de la población de estudio, los criterios de selección, las técnicas de muestreo empleadas, el proceso de recolección de datos, el análisis de los mismos, así como la validación por juicio de expertos y la fiabilidad de los instrumentos por medio de la prueba piloto, que se realizó con la participación de 37 empresarias tabasqueñas, quienes contaron con las mismas características de la población de estudio. En este mismo apartado se localiza la operacionalización de las variables y tablas concentradoras que describen el contenido del instrumento y aquellas adecuaciones realizadas a los cuestionarios originales de los autores.

Como parte del capítulo cuatro se presentan los resultados obtenidos del estudio, aquellos datos de tipo descriptivo permitieron identificar las características de la muestra, los motivos para emprender, las dificultades percibidas antes y durante el proceso de

emprender, así como la ponderación de las respuestas dadas a los ítems que permitieron el análisis de la motivación, el liderazgo y las competencias emprendedoras que poseen las empresarias tabasqueñas. También se presentan los análisis factoriales exploratorios y confirmatorios, y el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) que da respuesta a las hipótesis propuestas.

En el capítulo cinco se encuentra la discusión que se origina a partir de la contrastación de los resultados obtenidos frente a la teoría que sustentó este estudio. Para este punto, se considera la interpretación de los datos que se obtuvieron por medio del Análisis Factorial Confirmatorio en la población de estudio y lo propuesto por Bass y Avolio (1997) Palacios (1999) y López et al., (2016). Así también, se presenta el contraste entre los datos descriptivos y la teoría enfocada en el comportamiento empresarial de las mujeres, de acuerdo con las autorías que forman parte del marco teórico de esta investigación.

Finalmente, en el último capítulo se exhiben las conclusiones a partir de los resultados y del contraste entre la teoría y los datos obtenidos de la población de estudio. Ante lo cual, se realizan reflexiones sobre las características propias del comportamiento de las empresarias tabasqueñas, sus condiciones y la apreciación de su ejercicio en la economía. De igual forma, se presentan algunas líneas de investigación complementarias que pueden fortalecer la investigación específica sobre este grupo poblacional y su participación en la vida pública por medio de sus negocios.

Capítulo I. Marco Contextual

Antecedentes

En nuestros días, la mujer ha adquirido una importancia significativa en la economía global, siendo vista como un componente fundamental para el desarrollo económico. Según Hernández (2010), en las últimas tres décadas, la participación de las mujeres en el mercado laboral y empresarial ha aumentado considerablemente. Además, Betancourt y Tamez (2012) afirman que cada vez más mujeres son las responsables de generar ingresos en el hogar, especialmente en hogares con figuras monoparentales. No obstante, el desempeño de la mujer como empresaria y su aportación para el desarrollo de la economía se ven obstaculizados bajo distintos preceptos sociales y roles de género que la estigmatizan y guían hacia “el deber ser” (Araya, 2017). Asimismo, y pese a los esfuerzos por diversos organismos internacionales que buscan promover la inserción laboral de la mujer, no solo como empleada, sino como empleadora, se encuentran en procesos incipientes. Tal es el caso de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas que, en un inicio de su propuesta de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible, fácilmente identificados como “los ODS”, se centró en un primer momento a la inclusión laboral de las mujeres en las filas de empresas ya establecidas, dejando de lado en un primer momento su desarrollo como generadoras de empleo de acuerdo con información emitida por la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género (ONU Mujeres), 2016.

Después de analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los logros que todavía se necesitan para alcanzarlos, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha lanzado nuevos programas y mecanismos para ampliar la inclusión laboral de las mujeres, con el objetivo de promover su desarrollo económico y autonomía. Uno de estos programas es "Avancemos por la Igualdad", impulsado por la ONU Mujeres en México, el cual promueve el empoderamiento económico de las mujeres, el desarrollo de sus aptitudes empresariales y el liderazgo a través de

capacitaciones en colaboración con organismos multinacionales (ONU Mujeres, 2019). Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos promovidos por entidades no gubernamentales, los programas se centran en las grandes ciudades de México, dejando de lado a un gran porcentaje de mujeres emprendedoras que se localizan en regiones alejadas de las principales urbes del país. Por lo tanto, es necesario visibilizar las condiciones en las que estas mujeres emprenden para establecer mejores medidas de acción que estén de acuerdo con sus realidades. Además, la generación de datos estadísticos específicos y enfocados en la participación de las mujeres como empresarias, es decir, como "aquella mujer que es propietaria y dirigente de su empresa" (Zabludovsky, 2001, p.39), sigue siendo limitada y somera.

A pesar de los esfuerzos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en la generación de datos más específicos, los recursos obtenidos del último Censo Económico 2019, no otorgan una descripción clara de las particularidades de las mujeres que poseen negocios, limitándose la descripción a los rasgos propios del mismo, como el número de empleados, si capacitan o no a su personal y cuánto valor agregado generan sus empresas, dejando de lado las características demográficas que permitirían caracterizar a las empresarias mexicanas.

Ante dicha escasez de datos específicos, a inicios del año 2021 se presentó la plataforma "Atlas de Género" como resultado de la colaboración del Instituto Nacional de las Mujeres, ONU Mujeres México, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2021), la cual comparte datos de la participación de las mujeres mexicanas en los distintos ámbitos sociales y económicos de la vida pública con mayor detalle. Sin embargo, en cuanto al papel de las mujeres como empresarias, los datos continúan siendo inespecíficos al solo indicar el porcentaje comparativo entre hombres y mujeres con base en la propiedad de unidades económicas a partir del número de empleados contratados (<100) sin profundizar en tal información.

En vista de este panorama, se hace necesario realizar esta investigación para contribuir a la comprensión del papel que desempeñan las mujeres tabasqueñas en la economía. La investigación busca identificar los sectores en los que tienen una mayor presencia, las razones que las impulsan a emprender, los factores que las motivan a seguir adelante, los desafíos que han enfrentado en el desarrollo de sus negocios, las habilidades que poseen para mejorar su desempeño como empresarias (también conocidas como competencias emprendedoras) y el tipo de liderazgo que han implementado en la gestión de sus negocios. Asimismo, se busca identificar las áreas de oportunidad que podrían beneficiar un mayor desarrollo económico de las mujeres, lo que a su vez, repercutiría en su independencia para la toma de decisiones, así como en el beneficio de sus familias y de la sociedad en general.

Planteamiento del problema

Si bien se ha señalado que la participación de las mujeres en el ámbito laboral debe ser vista como la posibilidad de un impacto positivo para el desarrollo económico y la disminución de los índices de pobreza de las naciones, la realidad que éstas enfrentan cuando deciden participar económicamente se ven limitadas por una serie de factores que responden, en muchos sentidos, al orden patriarcal y de roles de géneros establecidos por la misma sociedad.

Hay que considerar en primer lugar que, desde los preceptos propios de la sociedad, se ha determinado un orden que establece dos roles dentro de sus principales participantes: los hombres y las mujeres. Tales roles tienen específicamente dos actividades atribuidas a cada uno de estos participantes, el primer rol se ha etiquetado como “productivo” y el segundo rol como “reproductivo”, estableciéndose que a la mujer se le ha atribuido el rol de la reproducción y al hombre el de ser el ente productivo. (Chant & Pedwell, 2008).

Por lo tanto, en el momento que ese orden socialmente establecido se ve “perturbado” con la participación de las mujeres en el rol productivo al insertarse en el mercado laboral, éstas se ven señaladas por el entorno que la circunda, pues se genera el estigma sobre lo que deberían

estar haciendo desde la perspectiva de la misma sociedad, y lo que están tratando de hacer que, con base en los roles, “no les correspondería” (Chant & Pedwell, 2008; Araya, 2017). Ante tales paradigmas, las mujeres se enfrentan entonces a los desafíos, primeramente, de la percepción de una sociedad que cuestiona el deber ser y hacer según quienes somos.

Esta primera barrera repercute en su ejercicio para buscar la autonomía en todas las áreas de su vida, principalmente en la económica. Donde de acuerdo con diversos autores y reportes, las mujeres al buscar acceder al mercado laboral parten desde una posición limitada por las estructuras patriarcales establecidas, bajo la idea de que el espacio natural de la mujer es el hogar, no el trabajo. Por lo tanto, se enfrentan a una segregación, conocida como “brecha de género”, la cual profundiza en la precariedad laboral y en el acceso a espacios donde la mujer pueda alcanzar la independencia económica (Matteo, 2012; Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), 2014; Elizundia, 2015; INMUJERES, 2016).

La brecha de género consiste en las barreras históricamente creadas y reproducidas a partir de diferencias biológicas entre hombres y mujeres, mismas que repercuten en el ejercicio y disfrute equitativo e igualitario de los derechos para ambos géneros, barreras que los mismos individuos, la sociedad y las instituciones han perpetuado, y que representa un atraso en la búsqueda de la igualdad de oportunidades y en el fortalecimiento de la actividad económica de las mujeres (INMUJERES, 2014). Esta brecha se hace presente cuando se sigue considerando que contratar mujeres puede representar problemas para la productividad de las organizaciones, al señalar que debido a su función reproductiva y tareas de cuidados (como la alimentación, educación, limpieza, etc.) no se encuentran totalmente involucradas en los negocios, ya que éstas requerirán, por ejemplo, de licencias de maternidad y lactancia o ausencias debido a su rol de madre o cuidadora, los cuales se consideran como elementos “más costosos” para el empleador, debido primordialmente a que el perfil de producción se ha pensado en masculino, el cual establece que el “trabajador ideal” es aquel que está disponible siempre, no tiene

necesidades personales ni de cuidados y es fácilmente explotable (Chant & Pedwell, 2008; Matteo, 2012; INMUJERES, 2020).

Ante tales retos para participar en la vida pública por medio de un empleo, la mujer se puede ver orillada a seguir el camino del emprendimiento para encontrar la autonomía económica que el formar parte de las filas laborales de una empresa no le ha permitido, y donde además pueda explotar su formación profesional en pro de su crecimiento, ya que en muchas ocasiones su éxito y ascenso dentro de una organización se ve limitado por la percepción negativa ligada al género femenino y a las características de liderazgo que están asociadas principalmente a la ética masculina al gerenciar (Matteo, 2012; Alario & Morales, 2016; INMUJERES, 2016).

A pesar de que se considera que el emprendimiento puede ser una solución para las mujeres en su búsqueda de independencia económica, en realidad no siempre es así. La mujer enfrenta obstáculos sociales que limitan su capacidad para emprender, como la responsabilidad que recae en ella en cuanto al cuidado de otras personas, lo que retrasa el logro de su autonomía económica y afecta el progreso de su negocio. Además, se encuentra con la división sexual del trabajo que la lleva a participar en esferas de bajo riesgo y a tener que cumplir con una doble o triple jornada laboral (constituida por la labor económica, doméstica y de cuidados) los estereotipos de la mujer trabajadora y empresaria, las opciones de financiamiento, el menor nivel de formación en actividades empresariales y las políticas gubernamentales (Chant & Pedwell, 2008; INMUJERES, 2016).

Por lo que, al emprender en un sistema desigual, las mujeres enfrentan desafíos adicionales debido a la predisposición de establecer negocios más pequeños, en sectores tradicionalmente relacionados con lo femenino como el comercio y los servicios. En consecuencia, al tener negocios más pequeños, sus ventas y acceso a créditos son limitados, lo que las obliga a obtener capital a partir de sus propios ahorros personales o préstamos de

familiares y amigos. Además, sus negocios tienen más probabilidades de desaparecer en comparación con los negocios de los hombres (INMUJERES, 2015; Elizundia, 2015; Alario & Morales, 2016, Miranda et al., 2023).

Ante esta lista de desventajas de los emprendimientos de las mujeres frente a los de los hombres, hay que agregar que, en porcentaje, el 56% de los hombres que tienen micronegocios perciben tres o más salarios mínimos, superior al 29% de las mujeres que alcanza estos ingresos. Además, el 23% de los hombres emplean a personal, sobre el 8% de las mujeres que indica tener empleados en sus negocios (INMUJERES, 2019). Tales cifras son el reflejo de las consecuencias de la doble o triple jornada laboral, pues la mujer al hacer frente a las actividades de cuidado derivadas de una relación asimétrica, la misma no se involucra por completo en la actividad empresarial (INMUJERES, 2020).

Cuando se consultan los planes gubernamentales de desarrollo, se identifican perpetuaciones del rol socialmente establecido y que dificultan el ejercicio de emprendimiento de la mujer, como en el caso del Plan Estatal de Desarrollo del estado de Tabasco (PLED) 2019-2024, espacio geográfico donde se sitúa este estudio, en el cual se señala que la mujer, al acceder al mundo laboral, acarrea problemas sociales tales como los altos índices de violencia y desintegración familiar, pues ésta no ejerce su función de principal responsable de cuidados debido a la falta de tiempo con los hijos. Dicha postura imputa exclusivamente la responsabilidad del cuidado de los hijos y la familia a la mujer, y además responsabiliza a ésta de los problemas sociales como resultado de su búsqueda de autonomía económica. Ante lo cual se observa como desde el mismo gobierno se perpetúa el rol de género en las actividades de cuidado, lo que socialmente determina la baja presencia de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial, lo que indica una menor participación en la economía en comparación con los hombres (Araya, 2017; INMUJERES, 2020). Pues tal como señalan Álvarez et al. (2012) las

responsabilidades de cuidado disminuyen en un 33.1% las probabilidades de emprendimiento en la mujer, frente al 2.4% por este mismo motivo en los hombres.

Asimismo, cuando se consultan las estrategias de acción para beneficio de la actividad laboral y/o empresarial de las mujeres tabasqueñas, aquella medida que hace mención directamente al actuar de la vida económica de la mujer se limita a establecer como medida de apoyo el facilitar el desarrollo de emprendimientos para las mujeres con el fin de evitar el abandono del cuidado de los hijos. Dicha medida se puede identificar como la número 4.3.3.7.1.2, en el Eje Transversal Inclusión e Igualdad Sustantiva del Plan Gubernamental antes mencionado, y la cual se presenta solo como auxiliar para reducir la desigualdad de un grupo vulnerable, no como una estrategia fundamental para el desarrollo económico.

Asimismo, se destaca que en el eje rector Desarrollo Económico, el cual plasma las acciones encaminadas a promover el crecimiento económico en el estado de Tabasco, no hay diferenciación en sus estrategias para hombres y mujeres, descartando los contrastes sociales y estructurales que las mujeres enfrentan para el acceso a distintos programas conforme a sus contextos y necesidades propias, tal como señala el Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024 (PROIGUALDAD) promovido por el Gobierno Federal Mexicano, el cual insta el reconocimiento de las diferencias de las mujeres para el acceso y la participación a la vida económica y productiva.

A pesar de las dificultades mencionadas, muchas mujeres optan por iniciar su propio negocio y ven en el emprendimiento una vía para alcanzar su autonomía económica, siendo diversos los motivos que la lleven a atravesar muchas barreras socialmente impuestas, pudiéndose decir que la mujer se encuentra motivada por su propia situación precaria, ya sea en lo relacionado con el trabajo, la carrera profesional o la vida familiar; por su deseo de desarrollo personal, que puede estar motivado por factores internos como el deseo de alcanzar una meta personal o de crecer como persona, según lo mencionado por Santander-Astorga et al. (2016).

Es decir, si bien mucha de la teoría señala que la independencia económica, desde el punto de vista de una motivación por realización, es la que encamina a la mujer a buscar el emprendimiento (Aguilar et al., 2014), hay que reconocer qué hay detrás de la elección del emprendimiento.

Pues, aunque grandes organizaciones como el Global Entrepreneurship Monitor buscan explicar la motivación de los emprendedores como “por oportunidad y por necesidad”, se deja de lado el profundizar en tal dualidad. Por tal razón, ser conscientes de las diferencias en el trasfondo de los motivos resulta necesario para entender qué determina y en qué contextos se encuentran las mujeres al emprender (Santander-Astorga et al., 2016).

Asimismo, y tal como señala Berbel (2014) el papel de quien emprende está ligado directamente con el estereotipo masculino, por lo que, la falta de riqueza en comprensión de las características propias que integra la mujer en el ejercicio del emprendimiento se vuelve necesaria, empezando por reconocer que esta actividad requiere de asociaciones motivacionales y grados mayores de madurez y liderazgo para su ejecución (Campo et al., 2018).

En este sentido, se enmarca una asociación entre liderazgo y emprendimiento, el cual en los estudios de características de emprendedores se analiza bajo los parámetros del deber ser con base en el comportamiento masculino (Zabludovsky, 2001) por lo que en el caso del liderazgo de mujeres que emprenden, se remarca la importancia de entender cómo se ejerce el papel de líder en este grupo demográfico para identificar de qué manera logran las mujeres hacer frente a los obstáculos propios de un negocio y de guiar a quienes tenga a su cargo.

Podría resumirse entonces, que la situación de la mujer es compleja en cada espacio de su vida pública y social, incrementándose tal complejidad cuando decide participar activamente en la economía por medio del emprendimiento. Ya sea por la búsqueda de la independencia económica o como consecuencia de una precarización laboral, la mujer se ve orillada a

compaginar su vida familiar con la económica, bajo un entorno que la señala y le recrimina el “no ejecutar actividades exclusivas según su rol establecido”.

Entonces la mujer que emprende y continúa su proceso hasta convertirse en empresaria, marca un punto de inflexión en las dinámicas sociales y económicas, misma que debe hacer uso de las competencias o cualidades que adquiere y desarrolla, así como de su liderazgo para continuar al frente de su emprendimiento, sin embargo, es de remarcar que aunque se considera que quien desarrolla un proyecto empresarial es en inicio una persona emprendedora, no todo el que emprende llega a ser empresario, como lo señalan Toril y Valenciano (2011) siendo interesante el conocer la presencia de las competencias emprendedoras entre las empresarias tabasqueñas para contribuir con su entendimiento y fortalecer el estudio de éstas.

Cabe hacerse mención que, al respecto del papel de la mujer en el emprendimiento y su participación desde el rol de empresarias, los estudios desarrollados son escasos y generalmente son de alcances limitados debido a la falta de datos estadísticos actualizados que permitan identificar a las participantes y su interacción en la economía, como lo han expresado Ozsungur (2019) Lupsa-Tataru (2018), Ghani (2017), Blasco-Burriel et al., (2016), García et al., (2016) Vier et al., (2016), Rathna et al., (2016), Radamani (2015) y Rahmatullah (2014) al presentar los resultados de sus investigaciones.

En lo relacionado con una aproximación sobre el papel de la mujer como empresaria en estudios realizados en el país, la investigación de Briseño et al. (2016) denominado “El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México”, abordó, desde un análisis de corte cualitativo, los sectores de participación, la motivación para emprender y el impacto que el ser empresarias ha tenido en la vida de tres mujeres en el noreste del país. En lo particular para el estado de Tabasco, el trabajo cualitativo de Aguilar et al. (2014), solo permitió conocer los estilos de gestión de tres pequeñas empresarias manufactureras, por lo

que, debido a su alcance limitado, se dejó abierta la línea de investigación para ahondar en las características del perfil emprendedor de las mujeres en este Estado.

Ante tan complejo panorama, se vuelve necesario entender cuál es la dinámica en que se encuentran inmersas las mujeres tabasqueñas al momento de participar en la economía a través del emprendimiento. Volviéndose importante identificar lo que las motiva a emprender, la manera en que guían o lideran un negocio y cómo estos elementos personales podrían estar relacionados con el poseer competencias emprendedoras. Por tales razones y con el fin de contribuir a la generación de conocimiento sobre la temática expuesta, se guía esta investigación por medio de las siguientes preguntas:

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las características motivacionales para el emprendimiento de las empresarias tabasqueñas?
2. ¿Cuáles son los factores que motivan a las mujeres tabasqueñas para iniciar y continuar con un emprendimiento?
3. ¿Cuál es el estilo de liderazgo de las empresarias tabasqueñas?
4. ¿Qué dificultades perciben las empresarias tabasqueñas durante el emprendimiento?
5. ¿Cuáles son las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas?
6. ¿Cuál es la relación de la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas?

Se parte de las siguientes hipótesis que dan forma a los objetivos de esta investigación, los cuales se presentan a continuación:

Hipótesis

- H1. La motivación se relaciona positiva y significativamente con las competencias emprendedoras.
- H2. El liderazgo se relaciona positiva y significativamente con las competencias emprendedoras.

Objetivo general

Diseñar un modelo teórico que permita establecer la relación de la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas.

Objetivos específicos

- Identificar las características motivacionales para el emprendimiento de las empresarias tabasqueñas.
- Identificar los factores que motivan a las mujeres tabasqueñas para iniciar y continuar con un emprendimiento.
- Identificar el estilo de liderazgo de las empresarias tabasqueñas.
- Identificar las dificultades percibidas de las empresarias tabasqueñas durante el emprendimiento.
- Identificar las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas.
- Establecer la relación de la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas.

Justificación

La participación laboral de la mujer, tanto en puestos de empleo como en el ámbito del emprendimiento, es considerada crucial y valiosa para el desarrollo económico de una nación o región, tal como lo señalan diversas organizaciones internacionales como la ONU, la OIT y la CEPAL, por lo que, más allá de estudios generales sobre el estatus económico y empresarial del

estado de Tabasco, se vuelven necesarios estudios que permitan identificar a la mujer tabasqueña que emprende, sus motivos y su liderazgo, así como las competencias emprendedoras que posee, para poder entender su participación en la vida económica a través de su rol como empresaria.

Es por lo que esta investigación tiene como objetivo identificar los factores mencionados y proporcionar una base para futuras investigaciones y propuestas que busquen fortalecer la mentalidad emprendedora de las mujeres interesadas en participar en la economía local mediante la creación de negocios. Asimismo, al considerarse algunos de los retos que la mujer enfrenta al emprender, este estudio puede servir como base para entidades gubernamentales en la generación de propuestas que busquen disminuir el impacto de estas barreras a través de acciones estratégicas que apoyen en el cumplimiento de los objetivos de la agenda 2030 con miras en el desarrollo de la mujer en equidad, conforme al ODS 5: Igualdad de Género. Para de esta manera, reducir la incidencia de programas que no previenen o disminuyen los problemas que aquejan al desarrollo de la mujer en este aspecto. En este mismo sentido, los resultados de este trabajo pueden contribuir como un elemento de apoyo para el progreso de los Objetivos Prioritarios 1 y 5 propuestos por el Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024 (pp. 23, 26), los cuales se enfocan en “Potenciar la autonomía económica de las mujeres para cerrar brechas históricas de desigualdad” y en “Posicionar la participación igualitaria de las mujeres en la toma de decisiones en los ámbitos político, social, comunitario y privado”.

Uno de los productos que esta investigación propone es el diseño de un modelo teórico que permita identificar la relación de la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras de las empresarias, mismo que puede permitir el desarrollo de mayores esfuerzos desde la academia para profundizar en los elementos intrínsecos que intervienen en el comportamiento de las mujeres que deciden emprender, y que puede contribuir para la mejora

de diseños metodológicos para ser replicados por otros investigadores con el fin de generar líneas de investigación para continuar analizando la participación y el desarrollo de la mujer en la economía a través de su emprendimiento.

Además, la información que de este estudio se derive en cuanto a los retos y motivos de las empresarias puede coadyuvar a organismos independientes que agrupan a empresarios, tales como cámaras o asociaciones comerciales, en el diseño de planes y programas para el desarrollo de las mujeres en la economía, así como para la implementación de políticas públicas para el estímulo de la participación de las mujeres en la economía acorde con las realidades y las necesidades actuales.

Limitaciones y delimitaciones

El trabajo fue realizado en el estado de Tabasco, principalmente en la ciudad de Villahermosa, localizada en el municipio de Centro; ya que de acuerdo con el Censo Económico 2019, en dicho municipio se encuentra concentrado el mayor número de unidades económicas (UE) del estado de Tabasco. Es decir, de las 73,616 unidades económicas censadas en el Estado, el 36.3% de los establecimientos se localizan en Villahermosa.

Este estudio también es llevado a cabo bajo un diseño metodológico adecuado a las condiciones propias del momento en que ejecutó el trabajo de investigación, así como haberse utilizado un instrumento de recolección que permitiera identificar los motivos y retos de las empresarias, la motivación, el liderazgo y las competencias emprendedoras, siendo exclusiva la participación para empresarias con negocios propios con tiempo de operación de seis meses mínimo. Cabe recalcar que los resultados que de este estudio se obtengan solo son válidos en la población de estudio y pueden servir como aproximaciones a la realidad de las empresarias tabasqueñas, en este sentido, la metodología puede servir de guía para otros estudios y ser replicada con las adecuaciones pertinentes a otros contextos.

Asimismo, debe señalarse que los instrumentos, si bien fueron seleccionados de acuerdo con su aproximación con las variables de estudio y a los objetivos del mismo, éstos no son constructos elaborados con base en los rasgos de las mujeres empresarias o el comportamiento en específico de la mujer al emprender, por lo que su utilización para identificar y medir la motivación, el liderazgo y las competencias emprendedoras que estas posean debe tomarse con las reservas del caso.

Dentro de las principales limitaciones para este estudio se encuentra la falta de especificidad sobre los sectores económicos y la distribución geográfica de las empresarias, siendo el Informe sobre las Características de los establecimientos de Propietarias y Propietarios (INEGI, 2021), que proporcionó algunos registros aproximados de la distribución de microempresarios por género a partir del Censo Económico 2019. No obstante, tal documento impidió tener mayores acercamientos a la realidad local, por lo que la dificultad para identificar y seleccionar a las participantes derivó en modificaciones a la metodología para que los objetivos descritos pudieran ser alcanzados.

Aunado a la limitación para la selección de participantes, también se sufrió la falta de acceso a informantes durante el proceso de recolección de datos, tanto en prueba piloto como en la fase de recolección final, esto debido al desinterés de las empresarias y al miedo debido a la situación de inseguridad existente en la zona, dicho temor no se limitó solo a la posible vulnerabilidad de los datos y de la información compartida, sino también incluyó al temor de contagio por el proceso pandémico imperante, lo que derivó en el uso de plataformas digitales para recolectar la información con el menor contacto posible.

Capítulo II. Motivación, liderazgo y competencias emprendedoras

En este apartado se encuentra la revisión teórica que funge como sustento para la realización de esta investigación, donde se abordan los temas relacionados al emprendimiento, como lo son la motivación, el liderazgo y las competencias emprendedoras. Asimismo, se presenta el modelo teórico y estado del arte resultante de las relaciones esenciales identificadas a partir del análisis y abstracción de la teoría consultada.

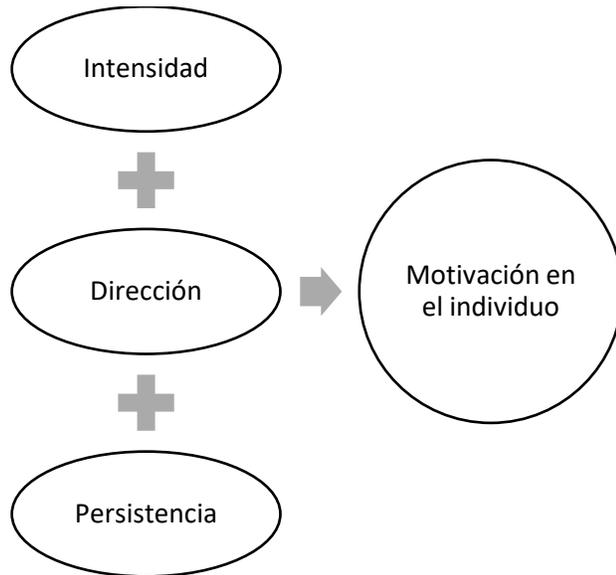
Motivación

La motivación, puede definirse como “el estado íntimo que lleva a una persona a comportarse de forma que puede asegurar el alcance de determinado objetivo o a involucrarse en una actividad para satisfacer necesidades personales” (Chiavenato, 2007, p.315), refiriéndose al impulso que motiva a una persona a actuar en concordancia con sus objetivos, tanto personales como profesionales. Por su parte, Aktouf y Suárez (2012) señalaron que la motivación existe solo si hay una necesidad que debe ser satisfecha y que tiene relación con el placer, con el fin absoluto, con la relatividad de los beneficios a obtener, o por el lujo; por lo tanto, para lograr un objetivo o satisfacer una necesidad, la motivación se traduce en el impulso generado para tales fines.

De acuerdo con Roussel (2000) la motivación es intrínseca de la psicología de las personas, pues implícitamente se relaciona con el nivel de compromiso que los individuos le asignan al objetivo a lograr o alcanzar, de esta forma la motivación sirve como una guía que orienta la actividad y la dinámica de las personas para el logro de una meta. Para Robbin y Judge (2009) la motivación puede ser entendida como una serie de pasos que involucran la intensidad, dirección y persistencia que desarrollan los individuos para alcanzar el o los objetivos propuestos. Por tanto, la motivación se encuentra conformada por la energía puesta para realizar intentos, por la dirección o camino a seguir para el logro del objetivo, y por el tiempo en que el sujeto mantendrá el esfuerzo para alcanzar la meta (Figura 1).

Figura 1

Elementos que determinan la motivación en los individuos según Robbins y Judge

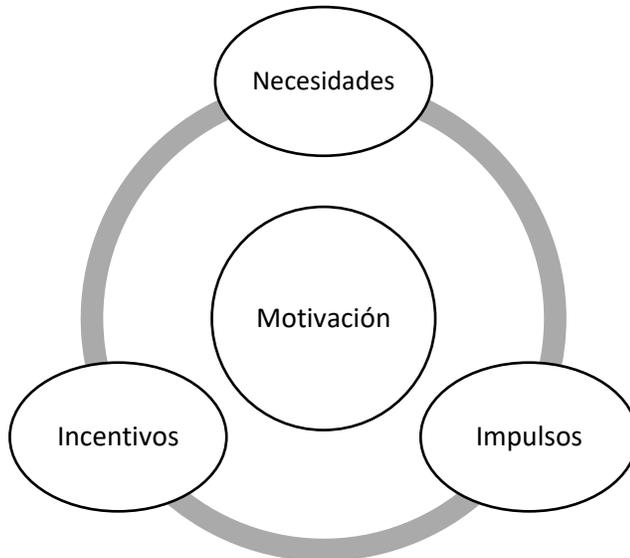


Nota. Elaboración propia con base en Robbins y Judge (2009).

De acuerdo con Chiavenato (2009) la motivación puede ser entendida desde distintos enfoques dependiendo de los autores que la aborden, por lo que señala que la motivación más allá de ser solo una condición intrínseca, ésta debe ser apreciada como una construcción teórica que posibilita una mayor comprensión del comportamiento humano influenciado por el entorno en el que se desenvuelve. Por lo que, propone entender a la motivación como un evento que responde a distintos momentos y situaciones a lo largo del tiempo, indicando que la motivación puede existir en diversos grados, más que como una constante. Y que, para entenderla, deben considerarse a las necesidades, los impulsos y los incentivos como elementos que son independientes pero que interactúan entre sí (Chiavenato, 2009) como se aprecia en la Figura 2.

Figura 2

Elementos que determinan la motivación según Chiavenato



Nota. Elaboración propia con base en Chiavenato (2009).

Por tanto, identificar las motivaciones de las personas es importante ya que permite comprender cómo sus motivos pueden influir en su comportamiento, orientándolo y definiéndolo. Las motivaciones representan los deseos y aspiraciones que pueden controlar o explicar la conducta de las personas. Esta comprensión de las motivaciones es esencial para entender el comportamiento humano y puede ser utilizada para guiar la conducta en las tareas que se realizan (McClelland, 1989; Kumar et al., 2003).

Teorías de la Motivación

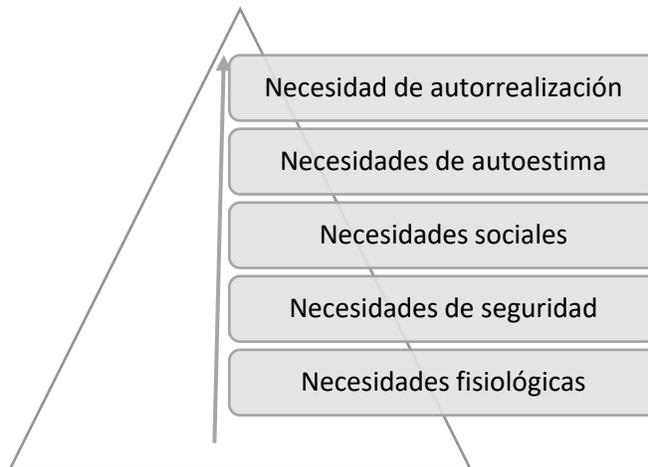
A través de las teorías administrativas contemporáneas, el comportamiento del individuo fue estudiado por diferentes enfoques, uno de éstos fue el de la motivación humana. Siendo Abraham Maslow y David McClelland de sus principales exponentes, quienes favorecieron al estudio de la motivación humana con sus investigaciones y por la ejecución de experimentos que

derivó en la identificación de que la motivación puede ser clasificada o catalogada conforme a las necesidades y aspiraciones de las personas (Miranda et al., 2021).

Maslow (1954) propuso la teoría sobre las necesidades humanas organizadas en una jerarquía de cinco niveles, representados por una pirámide (ver Figura 3). El primer nivel está compuesto por las necesidades fisiológicas, el segundo por las necesidades de seguridad, el tercero por las necesidades sociales, el cuarto por las necesidades de autoestima y el quinto y último nivel por las necesidades de realización. Maslow sostuvo que los niveles se dividen en necesidades primarias (primeros dos niveles) y necesidades secundarias (tres niveles superiores). Esta teoría indica que según se satisfagan las necesidades primarias, el individuo se enfocará en alcanzar las secundarias y se manifestará mediante una conducta motivada.

Figura 3

Pirámide de las necesidades, según la jerarquía establecida por Maslow



Nota. Elaboración propia con base en Maslow (1954).

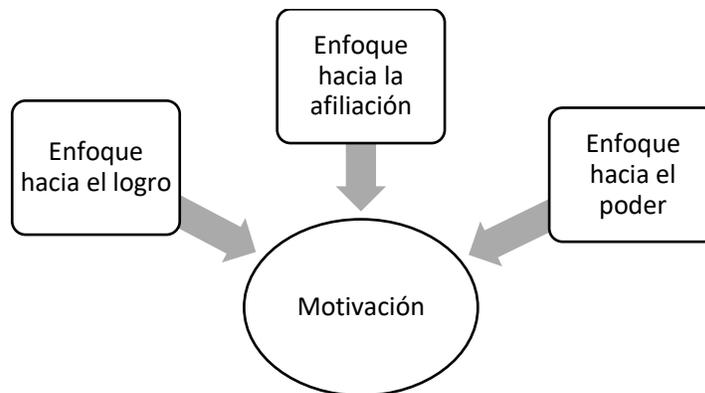
Por su parte McClelland (1989) propuso que la motivación resulta de procesos inconscientes que pueden ser clasificados en tres tipos: motivación por afiliación, por logro y por poder (ver Figura 4). Las personas motivadas por el logro tienden a buscar el cumplimiento de

objetivos y a buscar retroalimentación para saber cómo lo están haciendo. Buscan hacer mejor las cosas y se ponen retos elevados. Los sujetos motivados por motivos de afiliación buscan formar lazos con sus camaradas y afianzar relaciones sociales con individuos que posean semejanza con sus pensamientos e ideales. Es importante señalar que McClelland tomó como referencia los estudios de Maslow para proponer su teoría motivacional.

McClelland además concluyó que las personas motivadas por el deseo de adquirir poder tienden a competir con otros y a buscar desafíos cada vez más grandes para lograr un mayor impacto y mejorar su posición en la vida. Por lo que, estos individuos suelen tener habilidades para controlar sus impulsos y pueden tener un estilo de liderazgo efectivo al mostrar una conducta positiva y enfocada en la tarea (McClelland, 1989).

Figura 4

Elementos que definen la motivación en los individuos según McClelland



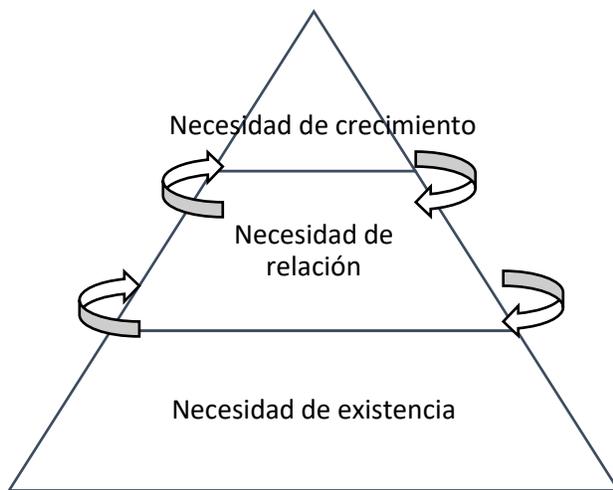
Nota. Elaboración propia con base en McClelland (1989).

Quien también contribuyó a la teoría de la motivación a partir de los estudios de Maslow fue Clayton Alderfer, quien ajustó la pirámide propuesta y la redujo a solo tres grandes bloques de necesidades que sirven como base para la motivación de los individuos, dando paso a la conocida Teoría ERC.

Alderfer (1972) clasificó a las necesidades en de existencia, de relaciones y de crecimiento. Asimismo, a diferencia de Maslow, propuso que estas necesidades se dan de forma simultánea en las personas, por lo tanto, no responden a una jerarquía que deben escalar, tal como se aprecia en la Figura 5. En este sentido, el individuo puede subir o bajar de una a otra dependiendo de las circunstancias o del tiempo.

Figura 5

Elementos que determinan la motivación según Alderfer en la Teoría ERC



Nota. Elaboración propia con base en Alderfer (1972).

También señaló que un individuo que posea un deseo de satisfacción mayor en alguna de los niveles inferiores es el resultado de no haber alcanzado alguno de los elementos de los niveles superiores. Es decir, alguien que ha tenido un desempeño frustrante para alcanzar un nivel superior, volverá a las necesidades inferiores a pesar de ya haber sido satisfechas.

Como se puede apreciar en estos tres grandes exponentes de las teorías de la motivación, ésta no puede ser considerada desde un solo punto de vista y a partir de criterios fijos, pues al ser un concepto sencillo, cada acercamiento permite una mayor comprensión de la motivación (López, 2005).

En ese sentido, cada teoría en lugar de ser excluyente de la otra permite una descripción del individuo y lo que puede llegar a ser a partir de su análisis desde distintos enfoques, facilitando su comprensión y las dinámicas de su actuar conforme al entorno que lo rodea (Huilcapi-Masacon et al., 2017).

Motivación para emprender

De acuerdo con Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2012) la motivación, a raíz de razones personales y subjetivas que responden al entorno, juega un papel fundamental para que un individuo decida formar una nueva empresa. En este sentido, la motivación en los emprendedores puede identificarse por medio de distintos factores que están detrás de las razones para crear una empresa, como los identificados por Hung y Katsioloudes (2001) quienes, a partir de una serie de estudios comparativos entre países, identificaron que la motivación para emprender responde a la búsqueda de seguridad laboral, mejores ingresos, a la satisfacción personal, a ser su propio jefe, al crecimiento y la seguridad social.

Por su parte, Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2012) en sus estudios determinaron que detrás los motivos para emprender se encuentran la motivación por el logro, por la competencia, por independencia, por afiliación, por obtener poder, por innovación, por la voluntad de enfrentar riesgos, por un espíritu proactivo o por un medio para hacer frente a la ambigüedad.

Rahmatullah y Zaman (2014) también identificaron otra serie de motivos detrás del inicio de un emprendimiento y los cuales se relacionan directamente con las características que conforman un entorno adverso, tales motivos son por necesidades financieras, para dar continuidad a un negocio familiar, para obtener una mayor flexibilidad y control del tiempo, por la búsqueda de satisfacción personal, por ser un medio para generación de empleo y como opción para tener en qué invertir el tiempo disponible.

Ramadani (2015) indicó algunos otros motivos detrás de la motivación para emprender, dentro de los cuales identificó la búsqueda de libertad y el control en los procesos de toma de decisiones, la oportunidad de obtener beneficios económicos, la oportunidad de tener un trabajo propio, por alcanzar un logro y para mejorar la posición o el estatus social.

Otros factores enlistados como determinantes para iniciar un emprendimiento fueron los identificados por Sastre (2013) dentro de su trabajo de investigación, siendo estos motivos la independencia laboral, el desarrollo personal, trabajar en lo que le interesa, la independencia económica y el manejo de los tiempos propios.

Por su parte, López et al. (2016) señaló que la motivación en los emprendedores se puede clasificar y agrupar dependiendo una serie de dimensiones, en este sentido, clasificaron a las razones para iniciar un emprendimiento en: motivos para la obtención de ingresos, en factores intrínsecos (relacionados con el logro personal) en la búsqueda de autonomía o independencia, y como un medio para alcanzar la seguridad económica.

De igual forma, Ozsungur (2019) clasificó a los motivos detrás del emprendimiento en cuatro grandes grupos o factores determinantes para iniciar un negocio, los cuales identificó como: factores de atracción (relacionados con la búsqueda de libertad, de altos ingresos, de oportunidades para crecer) factores de empuje (relacionados con aspectos complejos, como la migración, deficiencias económicas o la pérdida de un empleo) factores de balance (enlazados con el trabajo en horario flexible y el balance con la familia) y factores emocionales (como el compromiso, la discriminación o humillación).

Debido pues, a que el emprendimiento responde a motivos de interés personal o de necesidad, se torna en un elemento dinamizador de las economías, permitiendo la creación de empleos como la generación de riqueza (Sastre, 2013). Razón por la que entender los motivos detrás del emprendimiento resulta un objeto de estudio de interés, separando su concepción de la motivación enfocada en el estudio de las organizaciones (López et al., 2016).

Por lo tanto, y como objeto de esta investigación, la motivación para desarrollar un emprendimiento debe ser entendida conforme a los elementos que permiten su estudio. Es así como en la Tabla 1 se presentan algunos de los autores consultados, mismos que a partir de sus estudios permitieron la identificación de motivos o razones que derivan en la incursión de los individuos como emprendedores.

Tabla 1

Autores del constructo Motivación (enfocada en el emprendimiento)

Investigación	Autor	Año	Postura	Dimensiones
Cultural Context in the Vietnamese-American Entrepreneurial Experience	Chu Hung y Marios Katsioloudes	2001	Identificaron una serie de motivos relacionados con el entorno a partir del estudio comparativo entre países de la motivación en el emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> -Búsqueda de seguridad laboral - Ingresos - Satisfacción personal - Ser propio jefe - Crecimiento - Seguridad social
Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture	Virginia Barba Sánchez y Carlos Atienza Sahuquillo	2012	Señalan que detrás de los motivos para emprender se pueden apreciar una serie de razones que tienen relación con lo propuesto por David McClelland.	<ul style="list-style-type: none"> -Motivo por logro - Motivo por competencia - Motivo por independencia - Motivo por afiliación - Motivo por poder - Motivo por innovación - Motivo por espíritu proactivo - Motivo por voluntad de enfrentar riesgos - Motivo por tolerancia a la ambigüedad
La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento	Raquel Sastre	2013	Como resultado de su investigación propuso que la motivación en el emprendimiento responde a una serie de factores que tienen una	<ul style="list-style-type: none"> -Independencia laboral - Desarrollo personal - Trabajo con base en intereses personales - Independencia económica - Manejo del propio tiempo

			mayor relación con razones intrínsecas.	
Female Entrepreneurship in Bangladesh: Constraints, Motivation and Success.	Munsura Rahmatullah y Farhana Zaman	2014	Clasificaron los motivos para emprender conforme a la respuesta de un entorno económico y social adverso.	-Necesidad financiera - Continuidad con un negocio familiar - Obtención de flexibilidad y control del tiempo - Búsqueda de satisfacción personal - Generación de empleo - Inversión de tiempo disponible
Motivación para el emprendimiento en México: Un estudio comparativo de género	Alfonso López Lira- Arjona, Jean- Charles Cachon, Yves Robichaud y José Nicolás Barragan- Codina	2016	Agruparon y clasificaron los motivos de los emprendedores en cuatro grupos, con base en elementos que en su conjunto consideraban elementos intrínsecos y extrínsecos del individuo, así como la influencia del entorno.	-Motivos para la obtención de ingresos* - Factores intrínsecos* - Búsqueda de autonomía o independencia* - Medio para alcanzar la seguridad económica*
A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province	Fahri Ozsungur	2019	Clasificó las motivaciones de acuerdo con cuatro grandes elementos, considerando los motivos de empuje y atracción como fundamentales para entender el comportamiento emprendedor.	-Factores de atracción -Factores de empuje -Factores de balance -Factores emocionales

Nota. Elaboración propia con base en Hung y Katsioloudes (2001); Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2012); Sastre, (2013); Rahmatullah y Zaman (2014); Ramadani (2015); López et al. (2016), y Ozsungur (2019).

Nota. Las dimensiones señaladas con asterisco son aquellas consideradas para la elaboración de esta investigación, con base en lo propuesto por López et al. (2016).

Asimismo, y de acuerdo con las aportaciones teóricas señaladas en la tabla anterior, se considera que las dimensiones propuestas por López et al. (2016) permiten una mejor concepción de la motivación que influye en los emprendedores. De igual manera, los autores a partir de su investigación establecen la necesidad de llevar a cabo el estudio de la motivación en

otros contextos del territorio nacional, además de que consideran las condiciones que imperan en el país como parte de sus dimensiones; resultando en un constructo de cuatro factores, los cuales se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2

Definición de las dimensiones de la variable Motivación (enfocada en el emprendimiento)

Dimensión	Contexto
Motivos para la obtención de ingresos	Se refiere a los motivos que determinan la búsqueda de una mejor calidad de vida, el crecimiento del negocio y la generación de ingresos por el trabajo propio.
Factores intrínsecos	Se refiere a los motivos que tienen relación con la percepción de logro y reconocimiento público; generando a su vez la satisfacción del individuo.
Búsqueda de autonomía o independencia	Se refiere a la motivación para tomar decisiones de forma libre y autónoma, permitiendo ejercer el emprendimiento sin dejar de lado la relación con la familia.
Medio para alcanzar la seguridad económica	Se refiere a los motivos para emprender como forma de preparar un mejor retiro, una estabilidad laboral o dejar un legado.

Nota. Elaboración propia con base en López et al. (2016).

Liderazgo

Se puede entender al liderazgo como aquella aptitud que le permite a un individuo tener influencia sobre los demás. Esta influencia la puede ejercer desde un aspecto formal o darse de forma independiente, entendiéndose como aquél que es dado por el nivel jerárquico que el individuo ocupa, como los jefes o responsables de un área; y el segundo, es aquél que surge de forma natural desde el interior de los grupos, y por ende no necesitan una designación pactada para ser asumido (Robbins, 1996; Chiavenato, 2009; Robbins & Judge, 2009).

No obstante, las teorías que han surgido al respecto del concepto de liderazgo no logran ponerse de acuerdo en la interrogante más grande a su alrededor: ¿se nace con liderazgo o se construye a lo largo del tiempo, situación que ha derivado en el desarrollo de posturas y modelos que permitan comprender las dimensiones del liderazgo, sus características y las mejores formas de ejecución dependiendo las situaciones que lo requieran (Robbins & Judge, 2009).

Dentro de estas aproximaciones, se ha propuesto que el liderazgo deviene en la figura del individuo que lo ejerce, el cual debe tener una serie de características que le permitan influir en los demás, como la capacidad de analizar de qué formas mejorar el desempeño de sus subalternos, la capacidad de desarrollar un ambiente que estimule el desempeño con base en el apoyo, y la capacidad de incidir en el comportamiento de las personas para modificarlo en pro del alcance de metas propuestas (Ramos et al., 2002; Chiavenato, 2009).

En este sentido, se ha asumido que las organizaciones requieren de liderazgo más que de gerencia. Es decir, de individuos que cuenten con características que permitan catalizar el cambio dentro de la organización, con fin del logro de metas y objetivos organizacionales: líderes antes que jefes. Por tanto, se espera que quien posea liderazgo sea aquel individuo capaz de lograr confianza en las personas para lograr un mejor su desempeño (Ramos et al., 2002; Luissier & Achua, 2008; Betancourt et al., 2012; Buitrago, 2014).

Liderazgo y emprendimiento

El liderazgo se ha abordado desde la perspectiva de una característica propia de quien ejerce un puesto directivo, sin embargo, el liderazgo se vuelve en una característica necesaria y de suma importancia para quien emprende; pues esta cualidad facilita al sujeto el acceso y desarrollo del emprendimiento (Osorio-Buitrago, 2019).

En este sentido, el liderazgo es un complemento del emprendimiento, pues de acuerdo con Sopó et al. (2016), la persona que emprende es vista como alguien que incentiva a que las

personas que forman parte de su negocio trabajen con el fin de crear bienes o servicios que satisfagan al mercado, procurando el logro de las metas en ambientes altamente competitivos. Tal como señala la descripción de un líder de distintos autores.

Otra característica que señala la complementariedad entre ambos conceptos, emprendimiento y liderazgo, es la que señalan Spinelli y Adams (2012), quienes indicaron que quien emprende analiza detenidamente a los elementos que van a ser parte de su misión empresarial, al priorizar las habilidades o características que le permitan consolidar su emprendimiento y lograr su sostenibilidad. Esta capacidad de formar equipos de trabajo se señala dentro de las características de aquél que ostenta un liderazgo.

Kuratko (2007) también indica que los emprendedores, más que solo crear un negocio, son promotores del crecimiento económico a través del impacto en la sociedad y en los individuos por medio de ideas innovadoras, que requieren de una alta capacidad de administración, competitividad y liderazgo.

A estas características, Chen (2007) señala que existe un liderazgo emprendedor, que es aquél que resulta del proceso de creación de una cultura emprendedora, que busca la inspiración de los colaboradores por medio de la proactividad, la innovación y la toma de riesgo, para lograr la visión de la empresa en entornos inciertos. Así como del uso de la creatividad, que forma parte del líder y de la persona emprendedora, y que permite el desarrollo de nuevos emprendimientos.

Mapunda (2007) destacó que, para que quien emprenda pueda crear una empresa, sobre todo en pequeñas y medianas, era determinante desarrollar un tipo de liderazgo que le permitiera iniciar, operar y desarrollar un negocio. Por tanto, los emprendedores requieren atributos que la teoría le ha atribuido al líder. De esta misma manera, Peters (2005) indicó que aquél que emprende no solo asume una postura de líder desde el inicio, cuando formula la idea de negocio, sino también cuando trabaja para constituirlo por medio de la adquisición y reparto

de los recursos, y en el proceso de consolidación de la empresa. Señalando que, la persona emprendedora necesita una actitud de liderazgo constante, pues es necesario ser un líder en cada actividad y proceso que involucra el desarrollo del emprendimiento.

Por tanto, se vuelve necesario e importante señalar la relación que existe entre el emprendimiento y el liderazgo, pues, aunque en la teoría se han establecido que el primero responde a la economía y el segundo a lo social; el liderazgo es una capacidad que debe poseer toda persona que desarrolle un emprendimiento, pues es una característica implícita al generar más puestos de trabajo y motivar, al reconocer y mantener a sus colaboradores y, por ende, al incentivar el desarrollo económico; volviéndose necesario entonces el reconocer qué tipo de liderazgo ejercen los emprendedores para alcanzar sus metas y lograr el desarrollo de sus emprendimientos (Vechhio, 2003; Hernández-Cruz, 2018; Osorio-Buitrago, 2019).

Estilos de liderazgo

Debido a que el liderazgo debe ir en consecuencia con las metas que esperan alcanzar las organizaciones con el fin de generar ventajas frente a sus competidores en el mercado; se han concentrado los rasgos de personalidad del líder de acuerdo con su actuación, estableciéndose distintos estilos o tipos de liderazgo, mismos que han sido propuestos a lo largo de los diversos estudios que persiguen comprender mejor este actuar (Perozo-Ramírez & Paz-Marcano, 2016). De esta manera, los estudios acerca de los estilos de liderazgo han sufrido modificaciones, y se han atribuido características a los individuos que los ejercen, considerando distintos factores determinantes para su comportamiento. Es decir, son maneras en que los líderes definen su interacción con los demás para desempeñar sus roles (Bass, 1990).

Dentro de los primeros acercamientos a la identificación de estilos de ejercer el liderazgo se encuentran los realizados por Lewin (1939) quien estipuló a través de experimentos que existían líderes que establecían relaciones dominantes, a los que denominó como autocráticos, y líderes que apoyaban a los demás miembros del equipo, conocidos como democráticos.

Con base en estas primeras aportaciones, Lippitt y White en 1943 incluyeron un nuevo estilo: “laissez-faire”. Este fue identificado, o clasificado, a partir de la creación de ambientes donde los líderes permitían el libre actuar de los miembros, hallando actitudes de baja agresión, pero de alta apatía por la falta de motivación del logro. En este sentido, Lippitt y White definieron a los estilos en tres categorías: democrático, autocrático y laissez-faire (Lippitt y White, 1943, en Cuadrado, 2001).

Tannenbaum y Schmidt (1973) consideraron una clasificación a partir de aquél que toma las decisiones, ya sea el seguidor o el líder, estableciendo las características a través de un recorrido entre el estilo democrático y autocrático. En ese sentido propusieron los estilos de liderazgo en: el que transmite la decisión, el que hace que la decisión se acepte, el que comparte las decisiones y el que delega el proceso de toma de decisión (Cuadrado, 2001).

Bales (1950) propuso que los estilos de liderazgo se podrían clasificar acorde a las orientaciones socioemocionales y a las orientaciones hacia el logro de tareas. Con estas dos categorías, Bales proponía que los líderes con un enfoque socioemocional se preocupan por la moral y las relaciones de los miembros del equipo; mientras que aquellos que se enfocan hacia el logro de las tareas, dejan de lado factores relacionales. Asimismo, señaló que ambos estilos eran incompatibles, por lo que un líder era de una u otra manera.

En 1964 Blake y Mouton contribuyeron a la identificación de tipologías en los estilos de liderazgo al proponer cinco estilos a partir del nivel de involucramiento del líder (a la tarea o a las relaciones). Por tanto, definieron a los líderes como: aquellos con un alto nivel de enfoque a los objetivos y bajo a las personas (liderazgo de tarea) aquellos con un alto nivel de enfoque a los objetivos y alto a las personas (liderazgo de equipo) aquellos con un bajo nivel de enfoque a los objetivos, pero alto a las personas (liderazgo club de campo) aquellos con ajuste entre objetivos y personas (liderazgo de punto medio) y aquellos con un bajo enfoque a los objetivos y bajo hacia las personas (liderazgo empobrecido). Además, propusieron que los estilos pueden

interactuar entre un enfoque y otro, para lograr un liderazgo eficaz (Blake & Mouton, 1964 en Cuadrado, 2001).

Reddin en 1977, estudió lo propuesto por Blake y Mouton y consideró, además de los enfoques hacia las personas y tareas, agregar el enfoque hacia la eficacia; resultando una propuesta de ocho estilos de liderazgo a partir de estas tres dimensiones, denominando: aquél que tiene bajo enfoque en tarea, relaciones y eficacia (estilo desertor) aquél que tiene bajo nivel en relaciones y eficacia, pero alto en tarea (estilo autócrata) aquél que tiene bajo nivel en tarea y eficacia, pero alto en relaciones (estilo misionero) aquél que tiene bajo nivel en eficacia, pero alto en tarea y relaciones (estilo comprometido) aquél que tiene bajo nivel en relaciones y tarea, pero alto en eficacia (estilo burócrata) aquél que tiene alto nivel en tarea y eficacia, pero bajo en relaciones (estilo autócrata benévolo) aquél que tiene alto nivel en relaciones y eficacia, pero bajo en tarea (estilo de desarrollo) y aquél que tiene alto nivel en relaciones, tarea y eficacia (estilo de ejecución) (Reddin, 1977). En una clasificación menor, Bradford y Cohen (1984) propusieron que el estilo de liderazgo también se puede clasificar conforme al papel que juegan los gerentes, por lo que estipularon estilos conforme a la actitud como el estilo de técnico, el estilo de especialista, el estilo de guía y el estilo de desarrollo.

En 1985, Bass postuló que cada uno de los estilos propuestos hasta esa fecha podrían ser clasificados en uno solo, denominándolo como transaccional, partiendo del supuesto que existe un intercambio entre los miembros del grupo y el líder, permitiendo el desarrollo de la autoridad de éste por medio de la aportación de recursos valiosos para el grupo. Además, indicó que era necesario saber más acerca de aquellos líderes que influían positivamente en los grupos, dando resultados más allá de lo esperado, a esta influencia la determinó como parte de un liderazgo transformacional. Por último, también consideró como parte fundamental el identificar la falta de liderazgo, retomando el *laissez-faire*. Todo esto lo llevó elaborar un

cuestionario conocido como el Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ) en colaboración con Avolio (Bass & Avolio, 1990).

Posteriormente, Howell (1988) también desarrolló un nuevo enfoque para poder clasificar los estilos de liderazgo con base en los motivos de poder, previamente propuestos por McClelland en 1985. En este sentido, Howell identificó dos estilos: el socializado, que se basa en el poder usado para promover el desarrollo de los seguidores, comprometiéndolos con sus necesidades; y el personalizado, que se basa en el poder usado para el logro de los intereses propios del líder, creando dependencia y conformidad (Cuadrado, 2001).

Actualmente, se han condensado las distintas características propuestas en los estilos de liderazgo en tres grandes categorías: liderazgo con estilo carismático, liderazgo con estilo transaccional y liderazgo con estilo transformacional (Robbins, 1996; Chiavenato, 2009; Robbins & Judge, 2009).

El estilo carismático se puede entender como aquel tipo de liderazgo donde quien ostenta el papel de líder logra que sus seguidores lo vean como un individuo extraordinario gracias a su comportamiento. El estilo transaccional es aquel que ostentan líderes que por medio de la motivación establecen los lineamientos para el alcance de las metas. Por lo que hacen uso de recompensas a cambio de un buen desempeño. Finalmente, el estilo transformacional es considerado un paso más allá del estilo transaccional, pues los individuos que lo ejercen dirigen su atención de forma personalizada a sus seguidores, proveyéndolos de confianza a través de considerar sus situaciones particulares con base en una comunicación constante, siendo una mezcla bien dirigida del líder carismático y uno puramente transaccional (Robbins, 1996; Ramos et al., 2002; Robbins, 2007).

Se debe considerar, que cada estilo de liderazgo responde a distintos elementos, tanto al género, que pueden propiciar diferencias entre hombres y mujeres para ejercer el liderazgo (Urch, 1994) como por la cultura en la que está inmerso el líder, y que varían de país a país,

considerando las situaciones de cada territorio (Cuadrado, 2001). Es así como, establecer una única tipología de estilos de liderazgo, es algo casi imposible, haciendo su estudio necesario para la contribución de su comprensión, y de acuerdo con los objetivos de este proyecto, se presentan a continuación, los estilos de liderazgo que han propuesto los distintos autores, mismos que permiten la identificación de las dimensiones establecidas por los mismos (Ver la Tabla 3).

Tabla 3

Autores del constructo Liderazgo (a partir del estilo desarrollado por el líder)

Investigación	Autor	Año	Postura	Dimensiones
Experiments in social space	Kurt Lewin	1939	A partir de una serie de experimentos, estableció que el liderazgo se presenta en dos estilos o categorías, influidos por la forma en que se conducen al frente de sus seguidores, y que a su vez son antagonistas.	-Liderazgo autocrático. -Liderazgo democrático.
The « social climate » of children's groups	Ronald Lippitt y Ralph White	1943	Tomaron como base los estudios de Lewin e incluyeron un nuevo estilo para incluir a aquellos líderes que permiten el libre actuar de sus seguidores, trayendo como consecuencia una baja motivación y apatía.	-Liderazgo autocrático. -Liderazgo democrático. -Laissez-Faire.

Investigación	Autor	Año	Postura	Dimensiones
Interaction process analysis; a method for the study of small groups	Robert Bales	1950	Clasificó a los estilos de liderazgo con base en la orientación aquellos líderes que se preocupan por establecer relaciones con los miembros, y en aquellos líderes que dejan de lado las interacciones sociales con los miembros. Además, señaló que estos estilos eran incompatibles entre sí.	- Liderazgo con orientación socioemocional. - Liderazgo hacia el logro de tareas.
How to choose a leadership pattern	Robert Tannenbau	1973	Definieron los estilos de liderazgo a partir de un recorrido del estilo	-Liderazgo del que transmite la decisión.

	m y Warren Schmidt		democrático al autocrático; con base en aquél que toma las decisiones, ya sea el líder o el seguidor.	<ul style="list-style-type: none"> -Liderazgo del que hace que la decisión se acepte. - Liderazgo del que comparte las decisiones. -Liderazgo del que delega el proceso de toma de decisión.
The managerial grid	Robert Blake y Jane Mouton	1964	Propusieron una clasificación de estilos de liderazgo a partir del nivel de involucramiento del líder, ya sea a las relaciones o al cumplimiento de la tarea.	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo de tarea. -Liderazgo de equipo. -Liderazgo club de campo. -Liderazgo de punto medio. -Liderazgo empobrecido. -Liderazgo desertor. -Liderazgo autócrata. -Liderazgo misionero. -Liderazgo comprometido. -Liderazgo burócrata. -Liderazgo autócrata benévolo. -Liderazgo de desarrollo. -Liderazgo ejecución
An integration of leader-behavior typologies	William Reddin	1977	A partir de los estudios de Blake y Mouton, consideró anexar el enfoque hacia la eficacia. Estableciendo el estilo de liderazgo a partir del nivel de involucramiento del líder hacia las relaciones, la tarea o la eficacia.	<ul style="list-style-type: none"> -Liderazgo de desarrollo. -Liderazgo ejecución

Investigación	Autor	Año	Postura	Dimensiones
The postheroic leader	David Bradford, y Allan Cohen	1984	Establecieron una clasificación de estilos a partir del papel que desempeñan los gerentes en una organización	<ul style="list-style-type: none"> -Liderazgo técnico. -Liderazgo de especialista. -Liderazgo de guía. -Liderazgo de desarrollo.
Leadership and Performance beyond expectations	Bernard Bass	1985	Identificó que todos los estilos propuestos por otros autores podrían clasificarse en un solo estilo; así también incluyó un estilo más que consideraba la conducta de aquellos líderes que promueven un cambio positivo en sus seguidores. Además,	<ul style="list-style-type: none"> -Liderazgo transaccional* -Liderazgo transformacional* -Laissez-Faire (no liderazgo) *

			retomó la falta de liderazgo como una dimensión para la comprensión del papel del líder.	
Two faces of Charisma: Socialized and Personalized Leadership in Organizations	Jane Howell	1988	A partir de la motivación por poder propuesta por McClelland, estableció un nuevo enfoque para clasificar el liderazgo en dos dimensiones a partir de la influencia que tiene el líder en los seguidores; ya sea para promover el desarrollo de los seguidores o para alcanzar los objetivos personales del líder.	-Liderazgo socializado. -Liderazgo personalizado.
Comportamiento organizacional, Teoría y práctica	Stephen Robbins	1996	A partir de un repaso por todas las teorías, estableció los estilos de liderazgo en tres grandes clasificaciones. El cual se vuelve efectivo si se utiliza el adecuado para cada situación específica.	-Liderazgo carismático. -Liderazgo transaccional. -Liderazgo transformacional.

Nota. Lewin (1939); Lippitt y White (1943); Tannenbaum y Schmidt (1973); Bales (1950); Blake y Mouton (1964); Reddin (1977); Bradford y Cohen (1984); Bass (1985); Howell (1988); Robbins (1996).

Nota. Las dimensiones señaladas con asterisco son aquellas consideradas para la elaboración de esta investigación, con base en lo propuesto por Bass (1985).

De acuerdo con los autores consultados, se establece que las dimensiones propuestas por Bass (1985) permiten identificar el liderazgo a partir de las características que posee el líder y que definen su estilo. Asimismo, el autor, en compañía de Avolio en 1990 diseñaron el cuestionario MLQ que permite medir el liderazgo y que ha sido utilizado en diversos países para identificar cómo los líderes son considerados por sus subordinados, o como se auto percibe el líder a partir de su comportamiento (Cuadrado, 2001). El constructo resulta en tres dimensiones y siete indicadores, tal como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Definición de las dimensiones de la variable Liderazgo (a partir del estilo desarrollado por el líder)

Dimensión	Contexto	Indicadores
Transformacional	Se refiere a la conducta del líder que produce cambios en las actitudes y creencias de los miembros del grupo; propiciando un desempeño mejor de los seguidores.	- Influencia idealizada (Carisma) - Motivación inspiradora (Inspiración) - Estimulación intelectual - Consideración individualizada
Transaccional	Se refiere a la conducta que promueve la recompensa que esperan recibir los seguidores al cumplir con las funciones establecidas por el líder; se puede condicionar el beneficio. Puede propiciar el establecimiento de castigos o sanciones a los subordinados.	-Recompensa contingente - Dirección/Gestión por excepción (activa y pasiva)
Laissez-Faire	Se refiere a las conductas de un líder que no ejerce el liderazgo; propiciando una baja eficacia y satisfacción de los miembros del grupo.	-No liderazgo (líder que no lidera)

Nota. Elaboración propia con base en Bass (1985).

Emprendimiento

La Real Academia Española define al emprendimiento al acto de emprender como la acción de iniciar una obra o un negocio, especialmente si éstos representan alguna dificultad o un peligro. En tanto, Urbano y Toledano (2008) ven en el emprendimiento el reconocimiento de ciertas actitudes y comportamientos que permiten hacer frente a la vida profesional, sin limitarse exclusivamente a la creación de una nueva empresa.

Por su parte, Caldas et al. (2014) indican que el emprendimiento requiere de un elemento fundamental, el cual identifican como espíritu emprendedor, mismo que está directamente relacionado con tener iniciativa y dar paso a la acción. Es decir, las personas que

poseen en sí mismos el espíritu emprendedor están encaminados hacia la búsqueda de nuevas experiencias o de crear a partir de una voluntad de ser diferentes.

Olmos (2007) sostiene que el emprendimiento es impulsado por un espíritu emprendedor que va más allá de la simple búsqueda de beneficios económicos, y que se enfoca en la creación de nuevos proyectos sin limitarse a las organizaciones con fines de lucro. Además, el emprendimiento no solo se trata de una cuestión de personalidad, sino que implica comportamientos y patrones de pensamiento que buscan cambiar el estilo de vida y tener un impacto positivo en la comunidad. El emprendimiento se compone de una forma de pensar, razonar y actuar para aprovechar una oportunidad que permita la creación, mejora o realización de un proyecto que genere valor no solo para el emprendedor, sino también para otros grupos de interés relacionados con el emprendimiento (Urbano & Toledano, 2008).

El emprendedor

El emprendedor es una figura vital en la sociedad para la implementación de iniciativas que, por medio de la innovación, permiten la mejora del sistema económico, es decir, se considera al individuo que ejerce el emprendimiento como aquel motor necesario para el desarrollo, en distintos aspectos, de la sociedad (Alda-Varas et al., 2012).

Kirzner (1973) indica que quien emprende se puede entender como una persona que identifica oportunidades por medio de la creación de un equilibrio en un ambiente caótico, es decir, aquél que a pesar de los retos en el ambiente logra capitalizar las oportunidades por medio de un negocio. En ese sentido, la persona emprendedora puede ser visto como un agente que detecta los cambios y sabe aprovechar las nuevas oportunidades, dotado de un espíritu de exploración y de otros recursos, como la creatividad, para lograr desarrollarse en entornos complejos (Vale et al., 2008; Cantón et al., 2014).

Schumpeter (1934) por su parte, el emprendedor está asociado a la innovación, pues éste procura la producción de una forma revolucionaria por medio de las innovaciones que ejecuta a partir de la búsqueda de nuevas formas de hacer las cosas; por lo que, permite la creación de nuevas fuentes de materiales, de comercialización, de organizaciones o de sectores. Toril y Valenciano (2011) señalan que existe una línea muy difusa entre el emprendedor y el empresario, pues se considera que todo empresario es en inicio un emprendedor activo, sin embargo, no todos los emprendedores llegan a ser empresarios. No obstante, los autores reconocen que, tanto en los emprendedores activos como en aquellos que no logran ser empresarios, existen características, natas o aprendidas que les permiten convertir sus ideas en algo nuevo, aunque su participación esté condicionada por distintos factores.

Asimismo, Vinocur y Kuchevasky (2010) mencionan que aquél que emprende realiza actividades con base en sus competencias personales que le permiten hacer frente a los desafíos vinculados con el recorrido del proyecto de emprendimiento, poniendo de sí tanto recursos técnicos, económicos y/o mentales para tal fin. Siendo estas competencias también conocidas como las competencias emprendedoras.

Competencias emprendedoras

El conjunto de habilidades que se necesitan para llevar a cabo con éxito un proyecto empresarial se conoce como competencias emprendedoras o competencias del emprendedor. Estas habilidades están estrechamente relacionadas con todas las etapas del proceso de creación y ejecución, por lo que es esencial poseerlas o desarrollarlas para tener éxito en el emprendimiento (Alda-Varas et al., 2012).

Santos et al. (2014) señala que con frecuencia las competencias se asocian al mundo empresarial y éstas tienen como fin el logro de objetivos, definiéndolas entonces como “la capacidad que tienen las personas para realizar con éxito las actividades que les son encomendadas según los estándares establecidos” (p.981). Sin embargo, el origen del concepto

de competencias se relaciona directamente con McClelland, quien estipuló el modelo de las tres necesidades: necesidad de logro, necesidad de poder y necesidad de afiliación. Si bien, dicho modelo se ha relacionado con las motivaciones de las personas, en el sentido de las competencias, ha servido como base para el establecimiento de las características que hacen competente a un sujeto para realizar actividades (1973).

A partir de tal postura, McClelland (1973) señaló veinte características o elementos que tienen en común y se presentan repetitivamente en las personas que logran sus metas, como lo son: capacidad de hacer, tecnología, educación, dedicación, entusiasmo, empatía, emoción, ética, determinación, independencia, energía, búsqueda de equilibrio, decisión, reconocimiento de lo importante, destino, dinero, experimentación, capacidad de soñar, distribución y reconocimiento de lo importante. Por su parte, Tejada (1999) indicó que las competencias poseen cuatro características fundamentales para ser definidas como tal, siendo el conjunto de conocimientos, actitudes y procesos coordinados que permiten el saber hacer y estar al sujeto. Como segunda característica, señala que más allá de poseer el conocimiento sobre algo, el sujeto debe poder ponerlo en práctica para ser considerado competente. Continuando, el autor indica que, además las competencias deben considerar la experiencia, pues detalla la noción del desarrollo de la capacidad de la adquisición, ejecución, práctica y replicación de estas. Por último, las competencias deben considerar el contexto del individuo donde está llevándolas a la práctica (Tejada, 1999).

Mendez (2006), enriquece la perspectiva de las competencias indicando que éstas se clasifican en tres tipos: las competencias humanas generales, que se encargan de las características relacionadas con la formación del desarrollo humano a partir de las destrezas y actitudes; las competencias de negocios, enfocadas en la capacidad de dirigir a los colaboradores para que se alcancen las metas empresariales; y las competencias técnicas, que se encargan del

uso de las habilidades para realizar una actividad que tiene una persona de acuerdo con las exigencias del mercado laboral.

Si bien, la amplitud del término competencias permite que se adapten a distintos aspectos o rubros donde se desarrolla el ser humano, no obstante, para especificidad de esta investigación, son las competencias emprendedoras aquellas que atañen a este estudio, pues es imperante considerar las capacidades que tienen las personas para alcanzar el éxito por medio de un proyecto empresarial (De la Vega, 2004). Es así como las competencias emprendedoras se refieren a las habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo un proyecto empresarial que promueva el crecimiento económico y la cohesión social. Por lo tanto, el emprendimiento no debe ser considerado solo como una actividad económica, sino como un proyecto social completo que se basa en el uso de estas habilidades (Martínez y Carmona, 2009).

Las competencias emprendedoras van más allá del desarrollo de un proyecto con miras exclusivamente hacia el fin empresarial, pues además consideran el cuidado de valores y prácticas sociales. En tanto, éstas no pueden existir sin conjugarse con base en virtudes sociales y económicas (Martínez & Carmona, 2009). Asimismo, De la Vega (2004) indica que a partir de una misma idea de negocio los resultados pueden ser distintos pues entran en juego las características propias del individuo, por lo que, más allá de ser una lista de elementos, se deben considerar factores externos e internos de quien está participando en un emprendimiento. Es decir, éstas requieren tanto de la capacidad de emprender un negocio como de aquellas competencias que permitan que el emprendimiento se desarrolle y crezca (Man et al., 2002).

Diferentes autores han creado su propia lista de habilidades y características necesarias para crear, mantener y expandir una empresa (Miranda et al., 2021). Estas competencias se han agrupado en categorías, como lo hicieron Mitchelmore y Rowley (2010), quienes las clasificaron en cuatro grupos: competencias emprendedoras, competencias de gestión empresarial,

competencias de relaciones humanas y competencias conceptuales y de relaciones (Sopó et al., 2017).

Alda-Varas et al. (2012) por su parte, retomó las investigaciones de Ibáñez (2002) y Krauss (2007) y dentro de su análisis enlistó las siguientes competencias como aquellas necesarias para el exitoso desempeño del quien emprende: esfuerzo, necesidad de logro, autoestima, control percibido interno, responsabilidad, innovación, asunción de riesgo, autoconocimiento y planificación. Man et al. (2008) clasificó a las competencias a partir de seis áreas para su comprensión: las competencias de oportunidad, las competencias de organización, las competencias estratégicas, las competencias sociales, las competencias de compromiso y las competencias conceptuales. Todas necesarias para el logro de objetivos empresariales.

En base a un estudio realizado por Capaldo (2004) para determinar las habilidades empresariales que adquieren las personas que dirigen las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), se pudieron identificar diferentes competencias. Estas incluyen habilidades relacionadas con las operaciones, conocimientos específicos y habilidades en la gestión de recursos, así como competencias en planificación y control.

Plumly et al. (2008) a raíz de un estudio en estudiantes universitarios identificó que el potencial de emprendimiento respondía a una serie de competencias las cuales señaló como: la aplicación de habilidades analíticas e inteligencia de negocios para la resolución de problemas y toma de decisiones; la comunicación verbal y escrita; la comunicación verbal y persuasión; las habilidades de negociación; el trabajo en equipo efectivo; la búsqueda y obtención de información legal; y el pensamiento creativo para resolución de asuntos en los negocios.

En las investigaciones realizadas por Morris et al. (2013) también se lograron identificar una serie de características en los emprendedores estudiados que dieron por consecuencia la siguiente clasificación de las competencias emprendedoras: Reconocimiento de oportunidades, valoración de oportunidades, administración o mitigación de riesgos, transmisión de una visión

motivadora, tenacidad o perseverancia, solución creativa de problemas e imaginación, acceso a recursos, habilidades de guerrilla, creación de valor, mantenerse enfocado y estabilidad, resistencia, autoconfianza, y construcción de redes.

Según Toril y Valenciano (2011), quienes realizaron una revisión de diversos autores, los emprendedores adquieren o desarrollan una serie de características que incluyen aptitud mental positiva, ambición, esfuerzo, iniciativa, creatividad, visión de futuro, tenacidad, habilidades de negociación y comerciales, liderazgo, capacidad de toma de decisiones, planificación y habilidades sociales. En otras palabras, estos autores sugieren que aquellos que poseen una mentalidad emprendedora suelen contar con una amplia gama de habilidades y características que los ayudan a alcanzar sus objetivos empresariales (Miranda et al., 2021).

Por su parte Kantis et al. (2004) propone agrupar las competencias emprendedoras en tres grandes bloques, basados en los conceptos de logros, compromisos y liderazgo, siguiendo así la idea de McClelland. Estos bloques comprenden habilidades como , la demanda de calidad, la búsqueda de oportunidades, la perseverancia, la toma de riesgos calculados, la tolerancia a la incertidumbre, la fijación de objetivos, la búsqueda de información, la planificación y el seguimiento, la construcción de redes, la capacidad de persuasión, el trabajo en equipo, la solución de problemas, la negociación, la iniciativa, la independencia de criterio y la autoconfianza.

Por otro lado, Palacios (1999) ha identificado una serie de características de los emprendedores que han sido confirmadas en otros estudios, como los realizados por Barroso (2013) y Santos (2014). Estas características incluyen el espíritu emprendedor, la necesidad de existir, la experiencia técnica previa, la tolerancia al riesgo, el trabajo duro, la capacidad de recuperación y aprendizaje, la sociedad tolerante, la credibilidad, la capacidad de priorizar, la influencia de la cultura familiar y el profesionalismo del emprendedor (Miranda et al., 2023). Como se puede observar, hay diferentes clasificaciones que buscan identificar las competencias

o características esenciales para la creación y el mantenimiento de empresa, por lo que en la Tabla 5 se presentan algunos de los autores consultados y que permiten discernir de mejor manera el concepto de competencias emprendedoras.

Tabla 5

Autores del constructo Competencias Emprendedoras

Investigación	Autor	Año	Postura	Dimensiones
Sabiduría popular en la empresa venezolana	Luis Enrique Palacios	1999	Estableció una lista de características que poseen los emprendedores para alcanzar el éxito en sus emprendimientos a partir de sus investigaciones sobre sus prácticas, conductas y estrategias	Espíritu emprendedor* Necesidad de existir* Experiencia técnica previa* Tolerancia al riesgo* Trabajo arduo* Capacidad de reponerse y aprender* Sociedad tolerante* Credibilidad* Priorizar* Cultura familiar* Profesionalismo del emprendedor*
Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional.	Hugo Kantis, Pablo Angelelli y Virginia Moori	2004	Señalan que las competencias emprendedoras se dividen en tres grandes grupos, que a su vez cuentan con indicadores para medir el desempeño del emprendedor.	Competencias vinculadas a los logros (búsqueda de oportunidades, perseverancia, demanda de calidad, toma de riesgos de forma calculada y tolerancia a la incertidumbre) Competencias vinculadas a los compromisos (fijación de objetivos, búsqueda de información, planificación y seguimiento) Competencias vinculadas al liderazgo (construcción de redes, capacidad de persuasión, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de solucionar problemas, capacidad de negociación, iniciativa e independencia de criterio y autoconfianza).

Investigación	Autor	Año	Postura	Dimensiones
Competencias y necesidades de formación emprendedora de las pequeñas empresas: un enfoque metodológico	Guido Capaldo, Luca Iandoli y Cristina Ponsiglione	2004	Clasifica en tres grandes grupos las competencias emprendedoras desarrolladas a partir del estudio de empresarios en las PyMEs	Competencias relacionadas con actividades de operación Competencias relacionadas al conocimiento y capacidades relacionadas a la administración de recursos Competencias relacionadas a la planeación y control
Competencias empresariales y desempeño de pequeñas y medianas empresas: Una investigación a través de un marco de competitividad	Thomas Man, Theresa Lau y Ed Snape	2008	Clasifican a las competencias en seis áreas para poder entender el comportamiento del emprendedor.	Competencias de oportunidad Competencias de organización Competencias estratégicas Competencias sociales Competencias de compromiso Competencias conceptuales
Developing Entrepreneurial Competencies: A Student Business	L. Wayne Plumly, Leisa, Marshal, Jackie Eastman, Rajes Iyer, Kenneth L. Stanley y John Boatwright	2008	Identificaron que el potencial de emprendimiento en universitarios correspondía a una serie de características que clasificó como competencias emprendedoras en los estudiantes de nivel superior.	Aplicación de habilidades analíticas e inteligencia de negocios para la resolución de problemas Comunicación verbal y escrita Comunicación verbal y persuasión Habilidades de negociación Trabajo en equipo efectivo Búsqueda y obtención de información legal Pensamiento creativo para la resolución de asuntos en los negocios
Competencias emprendedoras: Una revisión de literatura y desarrollo de agenda	Siwan Mitchelmore y Jennifer Rowley	2010	Categorizaron las competencias en cuatro grandes grupos a partir de sus análisis de las características del emprendedor.	Competencias emprendedoras Competencias de administración de negocios Competencias de relaciones humanas Competencias conceptuales y de relaciones

Investigación	Autor	Año	Postura	Dimensiones
Revisando el emprendedurismo	Juan Toril y Jaime Valenciano	2011	A partir de sus estudios enlistaron una serie de características que los emprendedores adquieren o desarrollan.	Ambición Aptitud mental positiva Creatividad Esfuerzo Iniciativa Tenacidad Visión de futuro Actitud negociadora y comercial Decisión Liderazgo Planificación Dotes sociales
Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación	Rodrigo Alda-Varas, Lourdes Villardón-Gellego e Itziar Elexpuru-Albizurí	2012	A partir del análisis de los estudios de otros autores, enlistaron las competencias emprendedoras necesarias para el desempeño exitoso del emprendedor	Necesidad de logro Control percibido interno Autoestima Innovación Responsabilidad Asunción de riesgo Esfuerzo Planificación Autoconocimiento
A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights.	Michael Morris, Justin Webb, Jun Fu y Sujata Singhal	2013	Generan un listado de competencias emprendedoras posterior al análisis de las características en común de un grupo de emprendedores participantes.	Reconocimiento de oportunidades Valoración de oportunidades Administración o gestión de riesgos Transmisión de una visión motivadora Tenacidad o perseverancia Solución creativa de problemas e imaginación Acceso a recursos Habilidades de guerrilla Creación de valor Mantenerse enfocado y estabilidad Resistencia Autoconfianza Construcción de redes

Nota. Contenido tomado de Miranda et al. (2023) elaborada con base en Palacios (1999); Kantis, et al. (2004); Capaldo et al. (2004); Man et al. (2008); Plumly et al. (2008); Mitchelmore y Rowley (2010); Toril y Valenciano (2011); Alda-Varas et al. (2012); Morris et al. (2013).

Nota. Las dimensiones señaladas con asterisco son aquellas consideradas para la elaboración de esta investigación, con base en lo propuesto por Palacios (1999).

Según las teorías consultadas, se ha considerado que la contribución de Palacios (1999) en el estudio de las competencias emprendedoras es relevante para este trabajo debido a las diferentes dimensiones que aborda. El autor ha tomado en cuenta las dimensiones de otros autores, enriqueciéndolas con características adicionales, como la dimensión que se enfoca en la cultura familiar, lo que resulta adecuado para el alcance de esta investigación. Como resultado, se ha desarrollado un constructo de once dimensiones que se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6

Definición de las dimensiones de la variable Competencias Emprendedoras

Dimensión	Contexto
Espíritu emprendedor	Se refiere a la persecución de una idea de negocio, a pesar de los obstáculos
Deseo de tener un negocio o necesidad de existir	Se refiere a la disposición de realizar el negocio a pesar de no obtener ganancias en el corto plazo.
Experiencia técnica previa	Se refiere a los conocimientos relacionados con los procesos, el producto y del negocio en sí. Haber tenido una relación con el giro del negocio previamente.
Tolerancia al riesgo	Se refiere a la capacidad de hacer frente a riesgos calculados con base en un estudio o plan previamente establecido.
Trabajo arduo	Se refiere a la disposición de trabajo y esfuerzo por muchas horas, frecuentemente sin recompensas inmediatas.
Capacidad para reponerse y aprender	Se refiere a aprovechar los errores con tenacidad y perseverancia, en lugar de sentirse derrotado.
Sociedad tolerante	Se refiere a la capacidad de establecer relaciones con socios adecuados, saber entenderse con éstos y saber trabajar en equipo.

Dimensión	Contexto
Credibilidad	Se refiere al respeto a los clientes por medio de la entrega de productos de calidad; demostrar aprecio por los trabajadores. Ser íntegro y actuar con principios.
Priorizar	Se refiere a la capacidad de establecer prioridades y cumplirlas a cabalidad.
Cultura familiar	Se refiere a la capacidad de preparar una empresa familiar para la sucesión a partir de un manejo adecuado de las relaciones familiares y una gerencia profesional.
Cualidades o profesionalismo del emprendedor	Se refiere a la capacidad de desarrollar habilidades internas y capacidades, como las estrategias y prácticas que la empresa requiera para asegurar su crecimiento y supervivencia.

Nota. Tabla tomada de Miranda et al. (2023), elaborada con base en Palacios (1999).

La participación de la mujer en el emprendimiento

Según Kimmel (2000, citado en Reyes et al., 2014), la mujer enfrenta diversas limitaciones al momento de emprender en comparación con el hombre. Estas limitaciones se deben a factores como el determinismo biológico y la socialización diferencial, que trabajan juntos para crear diferencias en actitudes, comportamientos y características sociales entre los géneros. Estudios previos también han señalado la existencia de diferencias en los patrones ocupacionales según el género debido a factores como intereses, socialización, factores institucionales y discriminación (Amorós & Pizarro, 2006; Reskin & Hartman, 1985).

Como resultado de estas diferencias en las características, ya sea innatas o adquiridas, los hombres tienen una mayor participación en el mundo de los negocios que las mujeres, lo que se debe en parte a una mayor confianza y capacidad de socialización, que son habilidades necesarias para el éxito empresarial (Ventura & Quero, 2013; Jordán et al., 2014).

Así también, las mujeres no solo enfrentan una serie de factores diferentes para emprender que los hombres, sino que, al ser parte del mundo laboral se topan con otras dificultades, como el no poder crecer en puesto, por lo que el desánimo o la frustración generada a partir de esta barrera la orillan a recurrir al emprendimiento. Entonces, el emprendimiento es visto como una fuente para salir adelante, motivada más en consecuencia por las dificultades que por el mero deseo (Powell, 1999; López et al., 2012). No obstante, Watson (2000) indica que no es conveniente afirmar la existencia de factores diferenciadores entre los hombres y las mujeres en el mundo de los negocios, pues señala que ambos géneros son capaces de desarrollar habilidades necesarias para emprender, sin embargo, reconoce que la mujer sufre de más retos para participar activamente en el mundo empresarial, derivando en su baja participación en la economía.

En relación con el emprendimiento femenino, la educación es un factor fundamental que puede influir en su capacidad para emprender y gestionar un negocio. Según diversos estudios realizados por Coleman (2007), DeTienne y Chandler (2007) y Guzmán y Cuevas (2008), se ha demostrado que las mujeres con una formación educativa superior tienen una menor probabilidad de enfrentar barreras al emprender, al tiempo que están mejor preparadas para identificar oportunidades y riesgos en el mundo empresarial. Además, la educación también les permite hacer frente a la discriminación que a menudo enfrentan cuando buscan apoyo financiero para sus negocios. Por lo tanto, la educación es un factor clave para mejorar la capacidad emprendedora de las mujeres (Miranda et al., 2023).

Áreas en que emprende la mujer

De acuerdo con las características inherentes del género y mencionadas anteriormente, las mujeres tienden a emprender en sectores de menor desafío, en comparación con los hombres. Según Carland y Carland (1991), Langowitz y Minniti (2007) y Reyes et al. (2014), las mujeres prefieren emprender en espacios donde pueden obtener beneficios para salir adelante,

pero que no les representen mayores dificultades. Por tanto, la separación de sectores en los que las mujeres inician un negocio se caracteriza por ser considerados de menor riesgo, como el comercio al por menor o los servicios. A menudo, las mujeres desarrollan su emprendimiento en mercados locales, con un potencial limitado de crecimiento financiero, lo que puede limitar su éxito a largo plazo (Menches y Abraham, 2007; Sappleton, 2009).

Los datos del Censo Económico 2019 corroboran la tendencia mencionada anteriormente, ya que muestran que en México las mujeres tienden a participar más en las actividades económicas terciarias, como los servicios financieros, el comercio y los servicios privados no financieros. Además, su participación suele darse en negocios de tamaño pequeño o micro, tal como se había señalado anteriormente. De acuerdo con el Censo Económico de 2014, al menos el 40% de los emprendimientos pequeños y micros en México eran llevados a cabo por mujeres. Estos datos reflejan la importancia de seguir promoviendo la participación de las mujeres en la economía y el emprendimiento, así como la necesidad de brindarles apoyo para desarrollar sus proyectos y empresas (Miranda et al., 2023).

Motivación en la mujer para emprender

Según Guzmán y Cuevas (2008), hay diferencias en las cualidades y características de las mujeres empresarias y los hombres empresarios que afectan su comportamiento en el desarrollo de sus actividades empresariales. Las motivaciones empresariales de las mujeres están más relacionadas con motivos intrínsecos y trascendentales, como el deseo de logro, la independencia y la conciliación entre la vida empresarial y familiar. En cambio, los hombres son motivados por elementos extrínsecos. En un estudio posterior de Pérez-Pérez y Ávila-Hernández (2016) se encontró que las motivaciones y comportamientos empresariales de las mujeres también varían según su edad, siendo las mujeres más jóvenes motivadas por el deseo de emprender algo nuevo y desafiante para poner en práctica lo aprendido durante su formación.

En contraste, las mujeres maduras deciden emprender para aplicar sus conocimientos y trabajar en negocios que les permitan desarrollarse en función de su experiencia personal y habilidades. Según Pérez-Pérez y Ávila-Hernández (2016), estas mujeres ven el emprendimiento como un desafío que les permitirá crecer tanto personal como profesionalmente, y en algunos casos, si provienen de una familia de empresarios, sienten la necesidad de continuar con el negocio familiar. Además, el estudio de Berdugo y Gámez (2015) realizado en Bogotá, Colombia, con 50 mujeres empresarias, muestra que la motivación para emprender no se limita a la autonomía, independencia, reconocimiento o realización personal, sino que también influyen factores como evitar malos tratos y tener mayores ingresos que como empleadas.

Por su parte, los resultados del estudio de Berdugo y Gámez (2015) revelaron que la familia o una red de contactos próxima y fraterna, fue un factor importante para el éxito de los emprendimientos de las mujeres participantes. En general, las mujeres encuestadas provenían de hogares donde uno de los padres era empresario, lo que les brindó experiencia y conocimientos de primera mano para emprender su propio negocio.

En su estudio sobre la actividad empresarial femenina en América Latina, Weeks y Seiler (2001) encontraron que las mujeres empresarias están más motivadas y seguras de sí mismas cuando forman parte de redes de colaboración que les brindan acceso a capital y tecnología. La pertenencia a redes con otras mujeres les permite sentirse identificadas y comprendidas, lo que a su vez fomenta su espíritu colaborativo y su necesidad de afiliación, como ya se ha señalado. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las motivaciones de las mujeres emprendedoras pueden variar en función de la retroalimentación que reciben, su reflexión personal y su interacción con el mundo exterior, y que su relación con su carrera, su hogar y el sector en el que desarrollan su negocio también influye en sus motivaciones (Jawarma et al., 2011).

La mujer y su estilo de liderazgo

El liderazgo femenino puede ser comprendido como la aplicación de las cualidades propias de las mujeres con el fin de motivar a quienes las rodean y alcanzar los objetivos planteados. Es decir, las mujeres enriquecen el ejercicio de las posiciones de poder gracias a las características propias que el género les otorga (Fischer, 2000; Davis & Newman, 2003; Buitrago, 2015; Perozo-Ramírez & Paz-Marcano, 2016).

Dentro de estas características que las mujeres poseen para enriquecer el liderazgo, Fischer (2000) menciona que éstas se pueden clasificar en dos grandes grupos: habilidades individuales (incluyendo la creatividad, perseverancia, constancia, sensibilidad, automotivación y compromiso) y las habilidades interpersonales (motivación, solidaridad, participación, trabajo en equipo y capacidad de convocatoria, entre otras). Las cuales, de acuerdo con Buitrago y Portillo (2014) les permiten a las mujeres ejercer cambios en los espacios de trabajo, al expresar lo que innatamente poseen y que les reconoce el poder diferenciarse en el ejercicio de los puestos en mismos niveles jerárquicos que de sus compañeros hombres.

Se asume entonces, que las mujeres ven el mundo de forma holística, al incluir dentro de sus actividades no solo las responsabilidades laborales, sino también aspectos personales, de comunidad, de su familia y la de sus colaboradores. Por lo tanto, éstas se centran en la construcción de relaciones duraderas con todos aquellos con quienes interactúan: clientes, compañeros de trabajo, empleados, socios y sus empleadores (Buitrago y Portillo, 2014; Buitrago, 2015). Tales características pueden ser consideradas dentro de las cualidades propias de aquellos líderes que poseen un estilo transformacional y/o carismático. No obstante, y de acuerdo con resultados de estudios realizados por Martínez-León et al. (2016) las mujeres también pueden poseer actitudes consideradas “más agresivas” y, por ende, mayormente relacionadas con el desempeño del liderazgo masculino, como lo es ser altamente competitivas y dar una mayor importancia a las recompensas contingentes, es decir, reconocer a los empleados

con base en sus resultados, las cuales son actitudes frecuentemente relacionadas con un estilo de liderazgo transaccional.

A su vez, este tipo de comportamiento en algunas mujeres que logran acceder a altos cargos, no son asociados tradicionalmente a las características del género femenino y pueden representar un prejuicio en su contra. Al devenir en un constante señalamiento de ser “problemáticas” por algunos colaboradores, desvirtuando su capacidad de liderazgo y ser tachadas de pocos sensibles, controladoras y exigentes (Cáceres et al., 2012; Contreras et al., 2012; Moncayo y Zuluaga, 2015).

Cabe destacar que, de acuerdo con los estudios revisados, la brecha de mujeres que están en puestos de poder es aún muy amplia. Situación que no permite tener una opinión o postura concluyente de cómo éstas se deben comportar o qué características deben poseer para desempeñarse frente a equipos de trabajo. Asimismo, se considera que en muchas ocasiones el estilo de liderazgo que cada mujer utilice o desarrolle, dependerá del espacio en el que se esté desempeñando, de la industria en la que esté ejerciendo y del camino que la llevó hasta esa posición (Contreras et al., 2012; Moncayo y Zuluaga, 2015).

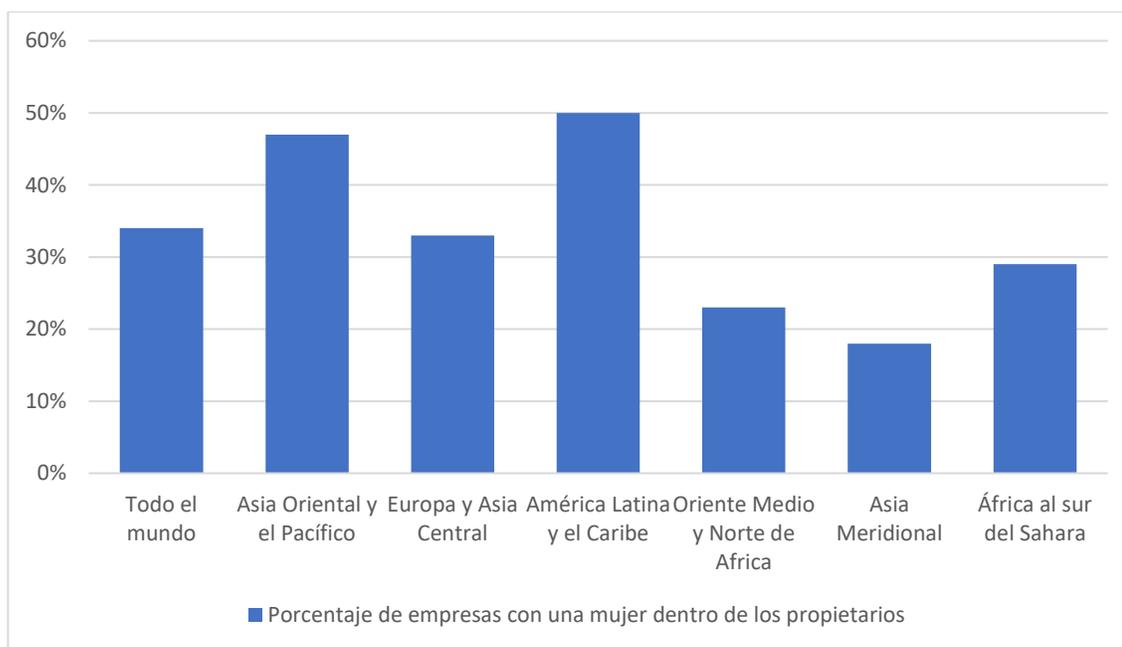
Por lo tanto, asumir que todas las mujeres que están en un puesto de poder tienen características con base en los estereotipos de género socialmente atribuidos al hombre o a la mujer, es sesgar su desarrollo y desempeño. Es pues, más frecuente que una mujer en una organización sea vista como una figura maternal que como un líder competitivo, decantando en quienes están a su cargo una percepción de incongruencia entre lo que debería ser apropiado para su rol de género socialmente atribuido y aceptado, y la posición que ostenta (Cáceres et al., 2012; Contreras et al., 2012; Moncayo y Zuluaga, 2015).

Las empresarias en el contexto internacional, nacional y estatal

Según datos recopilados por el Banco Mundial (BM) en su Encuesta de Empresas, en al menos una de cada tres empresas a nivel global, hay al menos una mujer que es propietaria de la empresa. Esto significa que el 34% de las empresas en todo el mundo cuenta con al menos una mujer entre sus principales propietarios (BM, 2020). El informe también proporciona información sobre la participación de mujeres en la propiedad de empresas en cada una de las regiones establecidas por el Banco Mundial: Asia Oriental y el Pacífico; Europa y Asia Central; América Latina y el Caribe; Oriente Medio y Norte de África; y Asia Meridional y África al Sur del Sahara, como se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Porcentaje de empresas con participación de una mujer dentro de los principales propietarios, de acuerdo con la regionalización del Banco Mundial.

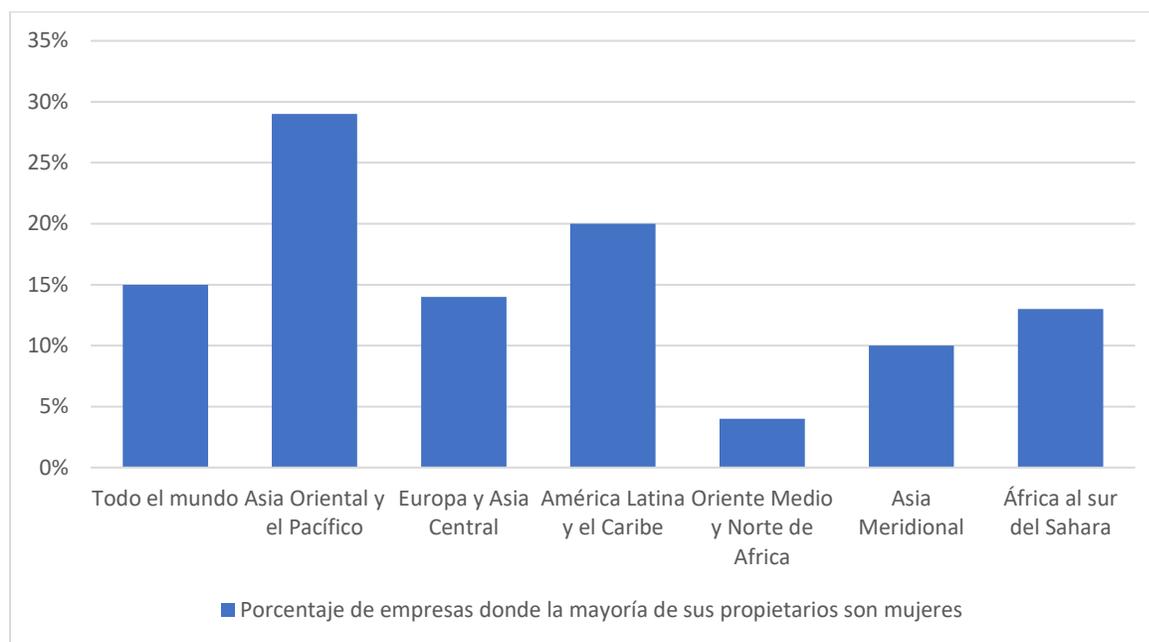


Nota. Elaboración propia de acuerdo con los datos del Banco Mundial (Enterprise Surveys, 2020).

De acuerdo con estos datos, las regiones de América Latina y el Caribe (50%) seguido de Asia Oriental y el Pacífico (47%) es donde se registró una mayor participación de la mujer como uno de los propietarios principales en las empresas. Sin embargo, cuando se especifica la totalidad de la propiedad del negocio, los datos reflejan que solo el 20% de las mujeres en América Latina y el Caribe desempeñan este papel. Este descenso también se encontró en Asia Oriental y el Pacífico (29%) por lo que no es un fenómeno exclusivo de Latinoamérica. Finalmente, al revisarse la participación global de las mujeres que fungen como propietarias de empresas, la cifra se situó en un 15%. Los demás porcentajes se pueden ver en la Figura 7.

Figura 7

Porcentaje de empresas donde la mayoría o la totalidad de sus propietarios son mujeres, de acuerdo con la regionalización del Banco Mundial

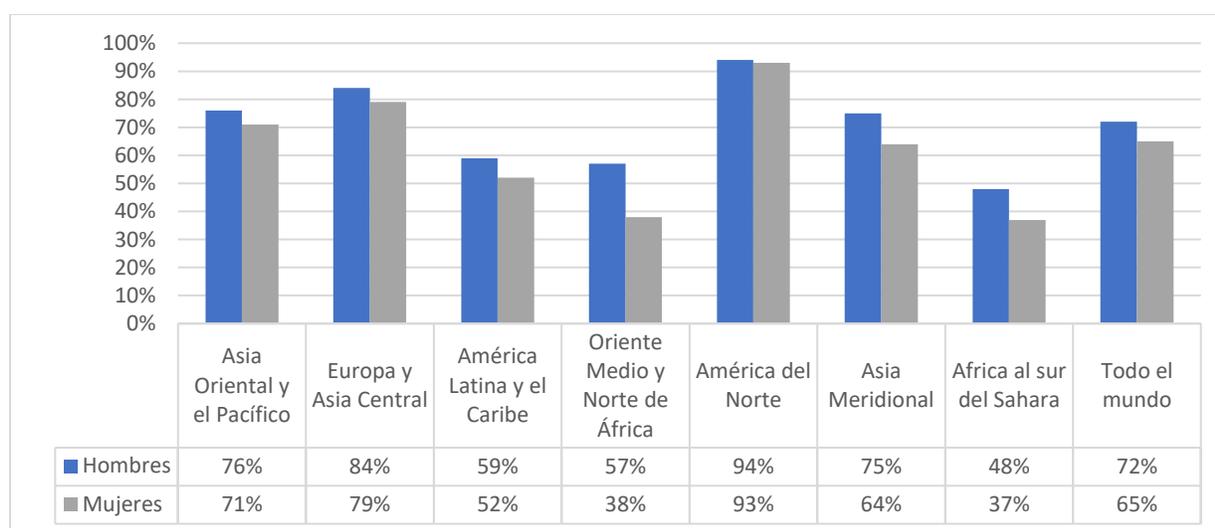


Nota. Elaboración propia de acuerdo con los datos del Banco Mundial (Enterprise Surveys, 2020).

En cuanto a la información estadística, se incluye también datos sobre el acceso a servicios financieros en las diferentes regiones mencionadas anteriormente. En este sentido, se observa que el comportamiento de ahorro y solicitud de préstamos para la creación, operación y expansión de una empresa difiere entre hombres y mujeres. En general, los hombres presentan mayores tasas de ahorro y de solicitud de préstamos para fines empresariales que las mujeres, tal como se evidencia en la Figura 8.

Figura 8

Diferencias de acceso a servicios financieros y de ahorro entre hombres y mujeres, de acuerdo con la regionalización del Banco Mundial



Nota. Elaboración propia con base en los datos del Banco Mundial (Enterprise Surveys, 2020).

Tal como se puede apreciar, se realizó una división entre América del Norte y América Latina y el Caribe; donde se muestra la gran diferencia entre el acceso a los servicios financieros de la parte Norte del continente americano y el resto del mismo. También se deja en evidencia la diferencia entre las regiones donde hay mayor presencia de países en vías de desarrollo y subdesarrollados, frente a la menor brecha entre hombres y mujeres que forman parte de países desarrollados.

Las desigualdades de género en el acceso a servicios financieros representan un obstáculo significativo para las mujeres que buscan iniciar o expandir un negocio. Esto se debe a que la exclusión de las mujeres del acceso al capital para el inicio, operación o expansión de sus negocios dificulta su búsqueda de independencia económica (Miranda et al., 2023). Además, las estadísticas recientes sobre el desempeño empresarial de las mujeres a nivel mundial son limitadas, según lo indicado por Halim (2020).

En lo que respecta a México específicamente, y como parte del Censo Económico 2019 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019; INEGI, 2021) se generaron diversos informes para ilustrar las distintas realidades económicas del país. En este sentido, y como parte de entender la forma en que se distribuye la propiedad de los establecimientos de acuerdo con el género del propietario. El INEGI, a partir del Censo Económico 2019, generó un informe denominado “Características de los establecimientos de propietarios y propietarias”, el cual fue publicado en el año 2021, con el objetivo de proporcionar información que permita generar estudios científicos sociales de quienes trabajan investigaciones con enfoque de género. La particularidad de este informe derivó en la necesidad de un grupo operativo específico, el cual se encargó de recabar la información de establecimientos micro, pequeños y medianos (MiPyMEs) y donde se deje en evidencia explícita el sexo del propietario, realizándose en un periodo de febrero a mayo del 2019 (INEGI, 2021). Todos los datos recabados y presentados en este informe se desarrollan a continuación.

De acuerdo con el Censo Económico 2019, en México existen cerca de 4,493,459 establecimientos de tipo MiPyME; sin embargo, de los cuales el 97.5% corresponden a micronegocios, siendo este estrato el que mayor presencia tiene en el país, y los cuales tienen un ritmo de crecimiento anual del 2.5%. Asimismo, el 46% de establecimientos que pertenecen a las MiPyMEs pertenecen al sector comercio y el 40% al sector de servicios privados no financieros. (INEGI, 2019).

En los datos que tienen relación con este trabajo de investigación sobre las empresarias, en México se reportaron 1,642,809 de establecimientos de tipo MiPyME, donde una mujer fue reportada como propietaria. Así también, el ritmo de crecimiento de los negocios liderados por mujeres ha tenido un crecimiento anual del 2.7%, por encima de la media nacional. No obstante, el porcentaje de establecimientos donde una mujer es dueña apenas es del 36.6% del total nacional (Ver la Tabla 7).

Tabla 7

Cifras comparativas del total nacional de MiPyMEs con los establecimientos donde la mujer es propietaria

Propietarios	Dato absoluto	Dato porcentaje	Tasa de crecimiento anual
Cifra nacional general	4, 493, 459	100%	2.5%
Cifra de propietarias	1, 642, 809	36.6%	2.7%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Con respecto a las características de los establecimientos donde las mujeres son propietarias, el 99.5% de los micronegocios reportó tener a una mujer al frente del mismo, y el 0.5% restante corresponde a pequeños establecimientos. No se reportaron a mujeres con propiedad en establecimientos medianos. Además, 5 de cada 10 negocios corresponden al sector comercio (52% aproximadamente) y 4 de cada 10 al sector de servicios privados no financieros (36.9% aproximadamente) (INEGI, 2019) (Ver las Tablas 8 y 9).

Tabla 8

Características de los establecimientos donde la mujer es propietaria (tamaño)

Tamaño del establecimiento	Dato porcentaje
Micronegocio	99.05%
Pequeño	0.5%
Mediano	0%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Tabla 9

Características de los establecimientos donde la mujer es propietaria (sector)

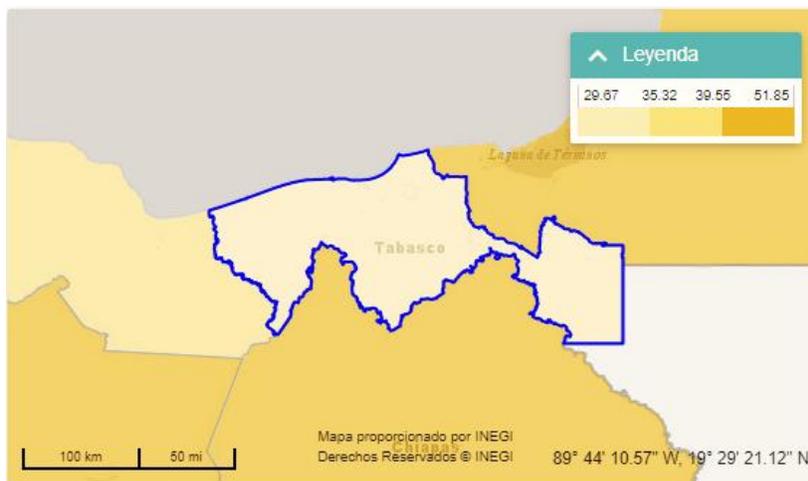
Sector de actividad	Dato porcentaje
Manufacturas	10.8%
Comercio	52.2%
Servicios privados no financieros	36.9%
Otras actividades económicas	0.1%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Según el contexto de esta investigación, se encontró que en el estado de Tabasco (ver Figura 9), hay 65,354 negocios clasificados como micro, pequeñas y medianas empresas, los cuales emplean a un total de 161,607 personas, según el Censo Económico de 2019.

Figura 9

Mapa del estado de Tabasco proporcionada por el INEGI



Nota. Imagen tomada del Atlas de Género del INEGI (2021).

Además, se destacó un patrón en la contratación donde, de cada 10 personas contratadas por mujeres propietarias, 8 son mujeres, mientras que los hombres propietarios contratan a solo 2 mujeres de cada 10 personas. Esto significa que las mujeres propietarias emplean y pagan a más mujeres, como se puede ver en la Tabla 10.

Tabla 10

MiPyMEs donde la mujer es propietaria y el personal que emplean. Comparación de cifra nacional y estatal

Establecimientos de Propietarias	Dato	Dato	Personal ocupado	Dato	Dato
	absoluto	porcentaje		absoluto	porcentaje
Cifra nacional	1,642,809	100%	2.5%	2,904,449	1.3%
Cifra del estado de Tabasco	21,180	1.3%	2.7%	37,187	1.3%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Tabla 11

Distribución del personal ocupado y personal ocupado remunerado por sexo del propietario

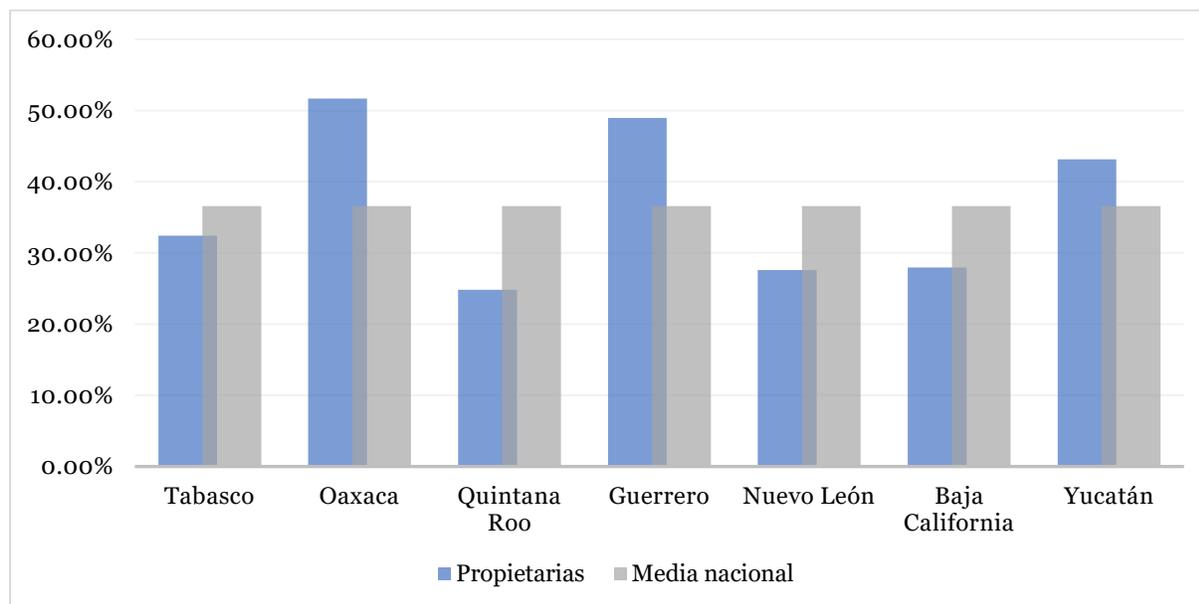
Sexo del propietario	Personal ocupado (mujeres)	Personal ocupado (hombres)	Personal remunerado (mujeres)	Personal remunerado (hombres)
	Dato porcentaje	Dato porcentaje	Dato porcentaje	Dato porcentaje
	Propietarios mujeres	83.9%	16.1%	65.5%
Propietarios hombres	22.4%	77.6%	37.3%	62.7%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

En lo que respecta a las cifras por estados, en Tabasco las mujeres poseen el 32.41% de los establecimientos de tipo MiPyME, debajo de la media nacional de 36.56%. En comparación, el porcentaje más alto de establecimientos donde la mujer figura como propietaria se encuentran en Oaxaca (51.7%) Guerrero (48.95%) y Yucatán (43.16). Los estados que reportaron una menor participación de propietarias son Quintana Roo (24.82%) Baja California (27.58%) y Nuevo León (27.94%) (Ver la figura 10).

Figura 10

Propietarias de MiPyMEs en comparación a la media nacional, considerando Tabasco y los estados que tienen la mayor y menor proporción en participación



Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Por medio del Censo Económico también se registraron las características del personal ocupado por el sexo del propietario, tales como la edad, el nivel de estudios y la capacitación impartida al personal ocupado del establecimiento.

En la característica de personal ocupado de acuerdo con la edad, la media nacional ubica la prevalencia de contratación por mujeres propietarias de MiPyMEs a personas mayores de los 41 años (46.7%) seguido de personas de entre 21 a 30 años (24.6%) en tercer lugar, de personas entre 31 y 40 años (23.4%) y en menor porcentaje a personas menores de 20 años (5.3%). El comportamiento de contratación por edad de las propietarias tabasqueñas tiene un comportamiento similar, sin embargo, éstas contratan en segundo lugar a más personas de entre 31 a 40 años (26%) quedando el comportamiento de contratación de acuerdo con lo que se muestra en la Tabla 12.

Tabla 12

Edad del personal contratado por propietarias. Comparación de cifra nacional y de cifra de propietarias tabasqueñas

Descripción	Edad de hasta 20 años	Edad de 21 a 30 años	Edad de 31 a 40 años	Edad de 41 años o mayores
	Dato porcentaje	Dato porcentaje	Dato porcentaje	Dato porcentaje
Cifra de propietarias a nivel nacional	5.3%	24.6%	23.4%	46.7%
Cifra de propietarias tabasqueñas	4.5%	21.5%	26%%	48%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

De acuerdo con el nivel de estudios del personal ocupado, conforme a la media nacional, el mayor porcentaje de personal contratado por las mujeres propietarias cuenta con la educación básica (53.1%) sigue la educación media superior (26.9%) en tercer lugar, se ubican las personas con educación superior (16.7%) y en último lugar, las personas que no cuentan con instrucción educativa, o no reportaron tenerla (3.3%). Las propietarias tabasqueñas reportaron un nivel educativo del personal ocupado en el mismo sentido y con porcentajes con poca diferencia a la media nacional, tal como se puede apreciar en la Tabla 13.

Tabla 13

Nivel de estudios del personal contratado por propietarias. Comparación de cifra nacional y de cifra de propietarias tabasqueñas

Descripción	Sin instrucción	Educación básica	Educación media superior	Educación superior
	Dato porcentaje	Dato porcentaje	Dato porcentaje	Dato porcentaje
Cifra de propietarias a nivel nacional	3.3%	53.1%	26.9%	16.7%
Cifra de propietarias tabasqueñas	2.3%	55%	27.3%%	15.4%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Según los datos obtenidos, se observó que solamente el 0.8% de la media nacional proporcionó capacitación para mejorar las habilidades, destrezas y conocimientos del personal

en las MiPyMEs lideradas por mujeres, con el objetivo de mejorar la eficiencia en las actividades productivas. Este comportamiento también se reflejó en las propietarias de Tabasco, ya que el 99.4% de ellas no ofrecieron capacitación alguna, tal como se aprecia en la Tabla 14.

Tabla 14

Capacitación proporcionada al personal contratado por propietarias. Comparación de cifra nacional y de cifra de propietarias tabasqueñas

Descripción	Capacitó al personal	No capacitó al personal
	Dato porcentaje	Dato porcentaje
Cifra de propietarias a nivel nacional	0.8%	99.2%
Cifra de propietarias tabasqueñas	0.6%	99.4%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

En el Censo Económico 2019 también se recopilaron datos sobre los desafíos más importantes que enfrentan las dueñas de MiPyMEs en México. Según las mujeres encuestadas, la principal preocupación es la inseguridad pública (30.3%), seguida de la baja demanda de sus productos o servicios (19.2%) y los costos elevados de servicios de electricidad, agua y gas (18.5%). En comparación con los propietarios hombres, éstos reportaron en primer lugar también la inseguridad pública; más en segundo lugar reportaron como un problema los altos costos en pago de servicios, tales comparativos se aprecian a detalle en la Tabla 15.

Tabla 15

Problemáticas principales que enfrentan los establecimientos MiPyMEs según el sexo del propietario

Problemáticas	Mujeres propietarias	Hombres propietarios
	Dato porcentaje	Dato porcentaje
Inseguridad pública	30.3%	35.3%
Baja demanda de sus bienes o servicios	19.2%	20.3%
Altos gastos en pago de servicios (luz, agua, teléfono)	18.5%	20.6%

Problemáticas	Mujeres propietarias	Hombres propietarios
	Dato porcentaje	Dato porcentaje
Competencia desleal	18.4%	19.3%
Altos costos de materias primas, insumos o mercancías comercializadas	17.9%	17.8%
Competencia de negocios informales	8.8%	9.3%
Falta de crédito	7.7%	9.2%
Altos impuestos	7.5%	10.2%
Corrupción	4.3%	6.4%
Exceso de trámites gubernamentales	3.6%	5.5%
Altos gastos en pagos de trámites gubernamentales	3.0%	4.1%
Personal con poca experiencia	1.4%	2.5%
Falta de acceso a tecnologías de la información	1.0%	1.4%
Baja calidad de las materias primas	0.6%	1.0%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Se consultaron los datos al respecto del acceso a herramientas tecnológicas y financieras de las propietarias. En cuanto a los créditos, préstamos o financiamientos, 13 de cada 100 mujeres obtuvieron un crédito, cifra superior en comparación con los hombres, quienes 11 de cada 100 solicitaron algún tipo de financiamiento para su MiPyME. Además, las propietarias reportaron que la obtención de un crédito fue a través de bancos, cajas de ahorro popular, y familiares o amigos (Ver la tabla 16), donde mayormente el monto obtenido sirvió para la adquisición de insumos en el mercado nacional (Ver la tabla 17).

Tabla 16

Fuentes de los préstamos, créditos o financiamiento en las MiPyMEs con mujeres propietarias

Fuente de financiamiento o préstamo	Dato porcentaje
Bancos	33.4%
Cajas de ahorro popular	25.8%
Familiares o amigos	19.3%
Prestamistas privados o agiotistas	9.0%
Proveedores (incluye contado comercial)	6.8%
Gobierno	3.8%
Propietarios o socios	0.5%
Otras fuentes	1.4%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

Tabla 17*Uso de los préstamos, créditos o financiamiento en las MiPyMEs de mujeres propietarias*

Uso del financiamiento o préstamo	Dato porcentaje
Adquisición de insumos en el mercado nacional	47.9%
Equipamiento o ampliación del negocio	23.8%
Creación o apertura del negocio	19.3%
Pago de deudas	5.6%
Adquisición de insumos en el mercado extranjero	1.0%
Compra de local o vehículo	0.9%
Pago de salarios	0.5%
No especificaron	1.2%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

En cuanto al uso de algún sistema para registrar las operaciones de gastos e ingresos, así como la gestión de las finanzas, ya sea por contratación de servicios externos o por medio de actividades internas en el negocio, 6 de cada 10 mujeres propietarias reportaron no hacer uso de algún tipo de sistema contable; 2 de cada 10 contrató a un contador externo; y los 2 restantes indicaron haber desarrollado un sistema contable por cuenta propia (libreta o software propio) (Ver la tabla 18).

Tabla 18*Uso de sistemas de control de gastos e ingresos en MiPyMEs con mujeres propietarias*

Fuente de financiamiento o préstamo	Dato porcentaje
Contador externo	16.2%
Sistema contable desarrollado por cuenta propia	24.2%
Sistema contable desarrollado por terceros (compra de algún programa en el mercado)	0.5%
No utilizaron sistema contable	59.1%

Nota. Elaboración propia según los datos del Censo Económico 2019.

En cuanto a la utilización de herramientas tecnológicas para el desarrollo del establecimiento, los establecimientos con una mujer al frente reportaron que el 10.3% cuentan

con un equipo de cómputo, y de éstas el 8.7% hace uso de internet en el establecimiento. (INEGI, 2021).

Con respecto a las ventas por internet, de los 4,493,459 establecimientos de tipo MiPyMEs, solo el 2% reportó haber realizado ventas online, de este porcentaje, el 18.5% fue realizado por mujeres propietarias. Por su parte, casi el doble de participación en comparación con las mujeres fue reportado por hombres propietarios (36.2%). Asimismo, el método de pago más utilizado para comprar por las mujeres propietarias de negocios fue el efectivo (91.2%), seguido por tarjetas crediticias (3.5%) y transferencia electrónica (2.5%). En cuanto el medio de pago utilizado para el cobro de bienes en los establecimientos de las propietarias, es decir, los medios para realizar ventas también fue el efectivo (92.9%), las tarjetas crediticias (3.5%) y las transferencias electrónicas de fondos (2.0%) (INEGI,2021).

Finalmente, se identificaron las características de los establecimientos formales e informales en donde participan las mujeres como propietarias. De tal manera que, el 78.4% de los establecimientos de las mujeres son informales, en los cuales trabaja el 65.2% del personal ocupado. Por otra parte, los establecimientos formales de las mujeres propietarias son del 21.6%, y representan el 34.8% de las personas ocupadas.

Estado del arte

Las competencias emprendedoras son aquellas características que determinan y definen el comportamiento del emprendedor y que le permitirán el desarrollo de su emprendimiento (Alda-Varas et al., 2012). Dentro de tales competencias, se encuentran elementos que tienen una estrecha relación con el liderazgo y la motivación.

La motivación y las competencias emprendedoras establecen una relación en donde el individuo buscará implementar capacidades que le permitan desarrollar y sostener su emprendimiento, con base en el fin que éste tenga, por lo tanto, la cultura familiar o el deseo de

tener un negocio son, tanto competencias como motivos para el desarrollo de un emprendimiento, pero que están determinados por la razón que exista detrás del sujeto que decide emprender (Rahmatullah & Zaman, 2014; López et al, 2016).

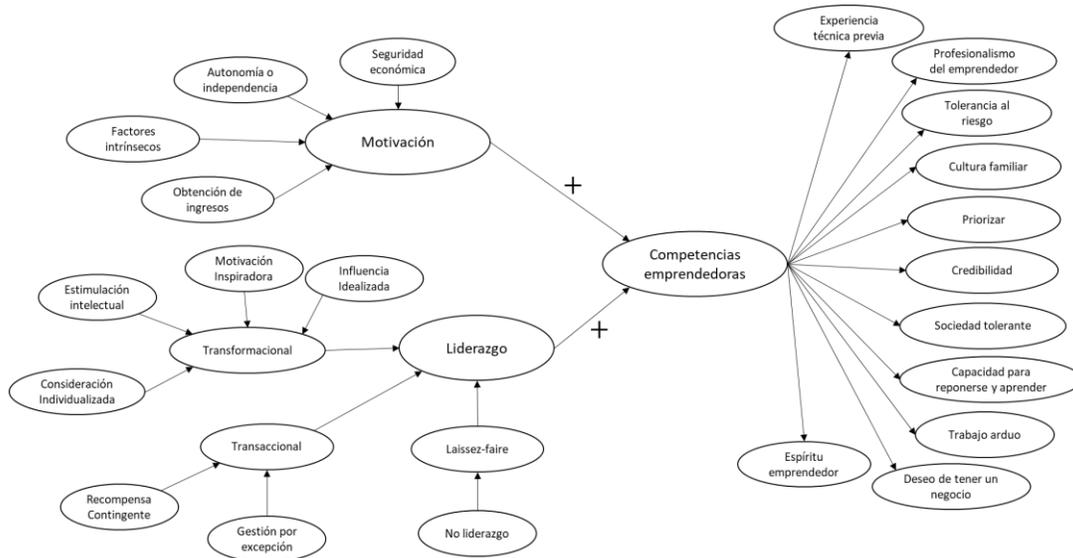
A su vez el liderazgo y las competencias emprendedoras están directamente relacionadas, como la teoría lo sustenta, pues los emprendedores requieren de capacidad para priorizar, poseer tolerancia al riesgo, capacidad para reponerse y aprender, características que le llevarán a desarrollar su emprendimiento (Palacios, 1999) mismas que también posee el líder y que son necesarias para la gestión y distribución de recursos durante el proceso del emprendimiento (Peters, 2005). En este sentido el estilo de liderazgo responde a lo que ha motivado al sujeto a emprender (Vecchio, 2003; Kuratko, 2007) por consiguiente, existirán comportamientos que determinen que tipo de liderazgo aplicará quien emprende dependiendo del motivo detrás en la creación de su negocio, ya sea por obtener ingresos o alcanzar la seguridad económica (López et al., 2016).

Es decir que, de acuerdo con los motivos que le llevaron en un primer momento a crear y a continuar al frente de un negocio y al estilo de liderazgo que éste posea, se determinará la forma en que la persona emprendedora buscará el logro de sus metas empresariales por medio de sus competencias emprendedoras. De esta forma, por medio de la revisión teórica realizada, y que comprendió el abordaje de los conceptos de motivación, liderazgo y competencias emprendedoras, se presenta a continuación el modelo teórico propuesto para el sustento de esta investigación, mismo modelo que permite establecer la relación entre las variables mencionadas y la determinación de las dimensiones que las componen.

Modelo teórico

Figura 11

Modelo teórico de competencias emprendedoras, motivación y liderazgo



Nota. Elaboración propia con base en las aportaciones al liderazgo de Bass (1985); aportación a las competencias emprendedoras de Palacios (1999); y a la motivación de López et al. (2017).

Capítulo III. Metodología

A continuación, se presenta la metodología aplicada para la realización de este trabajo de investigación, la cual abarca las variables y dimensiones que permitieron la elaboración del diagnóstico de la empresaria tabasqueña, comprendiendo su motivación, su liderazgo y sus competencias emprendedoras, tal como se puede apreciar en la Tabla 19. Para lo cual se tomaron las hipótesis señaladas en el capítulo I, como punto de referencia para la comprobación de la información a analizar:

- H1. La motivación se relaciona positiva y significativamente con las competencias emprendedoras.
- H2. El liderazgo se relaciona positiva y significativamente con las competencias emprendedoras.

Tabla 19

Esquema del estudio para identificar las características de las empresarias tabasqueñas con base en las variables a investigar

Variable de estudio	Objetivos	Enfoque	Población y lugar de estudio
Competencias emprendedoras	Identificar las competencias emprendedoras que desarrollan las empresarias tabasqueñas.		
Habilidad de liderazgo	Identificar el estilo de liderazgo que implementan las empresarias tabasqueñas	Cuantitativo	Empresarias de Tabasco
Motivación	Identificar los factores que motivan a las empresarias tabasqueñas para iniciar y continuar con un emprendimiento		

Nota. Elaboración propia.

Método y enfoque

La investigación se desarrolló bajo un método deductivo, que de acuerdo con Vázquez (2008) “la deducción va de lo general a lo particular, en el proceso más simple de razonamiento;

el resultado final es lo que se busca hallar en el proceso” (p.6). Es decir, se inicia con un estudio general de los hechos, como es el análisis de cada variable, y a partir de estos análisis se formulan conclusiones particulares que permiten validar conocimiento previamente aceptado. El enfoque de esta investigación es cuantitativo, pues según Hernández et al. (2014) indican que con este enfoque se busca analizar la certeza de las hipótesis que se formulan, con el fin de aportar evidencias que permitan su comprobación.

Tipo y diseño

El diseño de la investigación fue no experimental transversal, debido a que las empresarias participaron una sola vez y no se les dio seguimiento. Lo que corresponde a lo dicho por Hernández et al. (2014) al señalar que los diseños transversales se realizan para recolectar los datos en una sola ocasión, con el fin de describir y analizar la incidencia de las variables en un momento dado; lo que permitirá establecer las bases para el diseño del modelo de emprendimiento propuesto.

De igual manera, a partir de la transversalidad del diseño, fue de tipo correlacional-causal, pues éste permite la descripción de relaciones entre más de una categoría, concepto o variable en un momento dado, permitiendo la generación de explicaciones en términos correlacionales o de causa-efecto entre los elementos analizados (Hernández et al., 2014). En este mismo sentido, Bernal (2010) menciona que los estudios de tipo correlacional solo establecen relaciones entre las distintas variables. Por lo que, por medio de la creación del modelo de emprendimiento que este estudio planea realizar, la investigación puede evolucionar hacia un tipo explicativo, el cual de acuerdo con el autor permite la comprobación de hipótesis, permitiendo el estudio del porqué de las cosas.

Participantes

Para efectos de esta investigación las participantes son empresarias tabasqueñas, que tengan un negocio donde ellas sean propietarias y estén al frente del mismo. Se tomó como base

para identificar a las empresarias, el informe generado por el INEGI para el Censo Económico 2019 denominado “Características de los establecimientos de propietarios y propietarias”.

Población

La población, de acuerdo con Baena (2017) se entiende como el conjunto de todos los sujetos que son de interés para el estudio y coinciden en una serie de características.

Para este estudio, la población se conforma de empresarias tabasqueñas que se encuentren al frente de su emprendimiento cuyos establecimientos comerciales se localicen principalmente en la ciudad de Villahermosa, Tabasco; perteneciente al municipio de Centro. Debido a que de acuerdo con el Censo Económico 2019, en dicha ciudad se encuentra concentrado el mayor número de unidades económicas (UE) del estado de Tabasco. Es decir, de las 73,616 unidades económicas censadas en el Estado, el 36.3% de los establecimientos se localizan en Villahermosa.

No obstante, este criterio no limita el área geográfica de participación, extendiéndose a los 17 municipios restantes del Estado debido a que en el Censo Económico 2019, no se presentan datos de especificidad al respecto de la localización de los establecimientos en propiedad de mujeres, o su distribución por el territorio tabasqueño.

Así también, de las 73,616 unidades económicas reportadas en el censo para el estado de Tabasco, 65, 354 corresponden a las clasificaciones de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), es decir, poco más del 90% de las UE del Estado. En este sentido, y conforme a la información contenida en el documento “Características de los establecimientos de propietarios y propietarias” (Censo Económico 2019) la mayoría de las mujeres participan en la vida económica por medio de negocios de tamaño micro. Así también, en este informe se señala que en el estado de Tabasco existen 21, 180 establecimientos de tipo MiPyMEs donde las mujeres

asumen el rol de propietarias; siendo la fuente principal de información al respecto de la mujer como dueña de un negocio.

Debido a la poca profundidad de datos al respecto de los establecimientos en propiedad de mujeres, se establece que las características del negocio del que una mujer sea propietaria no será un factor de exclusión para ser parte de esta investigación, esto con el fin de poder obtener la mayor participación de empresarias. Por tanto, y como condicionante la falta de especificidad en las bases de datos oficiales, se toma como la población total del estudio a las 21,180 mujeres propietarias consideradas en el documento “Características de los establecimientos de propietarios y propietarias” (Censo Económico 2019).

Muestra

De acuerdo con las características de la población señalada y con base en los datos presentados en Censo Económico 2019, específicamente en el “Informe de propietarias y propietarios”, se estableció que en el estado de Tabasco existen 65,354 establecimientos dentro de la clasificación MiPyMEs, de los cuales 21, 180 establecimientos señalan a una mujer como propietaria, sin embargo, en dicho informe no hay una especificidad acerca de los sectores económicos a los que pertenecen las UE donde las mujeres son propietarias, ni los municipios donde éstas se encuentran localizadas.

En ese sentido, se aplicó un muestreo no probabilístico que responde a que los criterios de selección se encuentran orientados por las características de la investigación, más que a un criterio estadístico de generalización (Hernández et al., 2014). Siendo decisión del investigador la selección de las participantes que cumplieran con los criterios especificados. Este tipo de muestreo no probabilístico fue intencionado, mismo que de acuerdo con Muñoz (2015) se utiliza cuando el investigador considera que los participantes son representativos del fenómeno a investigar; aunque esta representatividad estadísticamente no pueda ser alcanzada.

Cabe destacar que, en estudios bajo condiciones similares de la población, los autores Ozsungur (2019) Lupsa-Tataru (2018) Ghani (2017) Blasco-Burriel et al., (2016) García et al., (2016) Vier et al., (2016) Rathna et al., (2016) Radamani (2015) y Rahmatullah (2014) reportaron modificar sus investigaciones bajo un muestreo no probabilístico, debido principalmente a la dificultad para la obtención de información que permitiera conocer, identificar o localizar a las empresarias.

Situación que para este trabajo se decidió recurrir a agrupaciones comerciales formales e informales para obtener los datos de las mujeres bajo el criterio de intencionalidad del investigador. Además del acercamiento con contactos para poder realizar el trabajo de campo bajo el criterio de conveniencia del investigador; así como solicitarse el apoyo de algunas participantes para obtener datos de más empresarias, recurriendo a la técnica no probabilística por bola de nieve. Por tanto, y bajo escenarios donde los datos no permiten asegurar la ejecución de un muestro probabilístico, los estudios no probabilísticos permiten tener una aproximación a la realidad, así no puedan ser considerados representativos de la población de estudio (Vier, 2016). A partir de lo señalado, se alcanzó una muestra no probabilística de 212 mujeres que, a criterio del investigador, cumplieran con los criterios idóneos para su participación.

Pertinencia de la selección de los sujetos

Dentro de los criterios que permitieron delimitar la participación intencionada, se consideró a todas las mujeres que hayan creado y estuvieran al frente de un negocio, sin hacer distinción del tamaño del negocio que poseen, es decir, participaron empresarias de micro y pequeñas empresas de diversos giros, que estuvieran realizando actividades empresariales en el estado de Tabasco, y que tuvieran como mínimo seis meses de haber iniciado su negocio al momento del levantamiento de datos.

Pudiéndose observar que los criterios de inclusión para ser parte del estudio fueron más holgados citando el motivo de la dificultad de obtener datos más detallados, como los expuestos

anteriormente, con el fin de poder obtener el mayor número de empresarias participantes. En este sentido, y bajo la intencionalidad de conseguir la colaboración de mujeres con características de la población de estudio, se tuvo el acercamiento con agrupaciones formales e informales para alcanzar los objetivos de esta investigación.

Como una consideración final, y al no obtener una cifra suficiente de participantes a pesar de la colaboración de mujeres de agrupaciones formales e informales. Se condujo el estudio hacia un muestreo por bola de nieve que, de acuerdo con Hernández et al., (2014) este muestreo se realiza cuando se solicita información a los participantes sobre más personas que podrían colaborar en la investigación. Es decir, para este trabajo se solicitó a las empresarias participantes la recomendación de al menos una mujer conocida que también estuviera desarrollando un negocio, alcanzándose la muestra señalada en el apartado anterior.

Técnica de investigación

Para la recolección de los datos se aplicó la técnica de encuesta, la cual comprendió la aplicación de un cuestionario a una parte del universo que se está estudiando con investigación de campo, que de acuerdo con Baena (2017) se entiende como la recolección y registro ordenado de los datos relacionados al estudio, permitiendo el control del fenómeno. Aplicándose el cuestionario a una cantidad intencionada de empresarias tabasqueñas para lograr identificar sus características y una aproximación a la comprobación de las hipótesis por medio del análisis de los datos recabados a través de esta técnica.

Instrumentos

Para la recolección de los datos, se utilizó un instrumento que fue previamente validado y estandarizado en la comunidad científica, el cual permitió medir las tres variables a investigar: la motivación, el liderazgo y las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas, consultándose bases de datos científicas, tanto de acceso abierto como de contenido por

subscripción, tales como: Scielo, Elsevier, Dialnet, Scopus, Ebsco, Latindex, Redalyc, entre otras, para su integración.

La búsqueda constó de la exploración y aplicación de filtros específicos que permitieran identificar documentos científicos que especificaran del uso de un enfoque cuantitativo y de una población con características similares a las de este estudio (emprendedores, empresarias y empresarios, liderazgo, motivación en el emprendimiento) esto con el fin de permitir un mejor filtrado de los papers que las bases de datos arrojaban, derivando en la identificación de diversos hallazgos científicos en relación con cada una de las variables señaladas.

Se presentan en las tablas subsecuentes los instrumentos identificados que sirvieron para construir el cuestionario que sería aplicado en este trabajo de investigación, donde con respecto a la primera variable, denominada Motivación, se hallaron aportaciones cuyos datos de autoría, contenido y validez se pueden consultar en la Tabla 20.

Con relación a la segunda variable de este estudio, y que comprende el liderazgo, en la Tabla 21 se pueden apreciar los trabajos que han utilizado el instrumento de Bass y Avolio (1997) denominado por los autores como “cuestionario multifactorial de liderazgo MLQ”; el cual ha sido adaptado en su forma corta por Northouse (2010) llevando el identificador MLQ 6S. En lo que respecta a la tercera variable, se pueden consultar en la Tabla 22 los instrumentos diseñados por diversos autores en relación con las competencias emprendedoras.

Tabla 20

Análisis de instrumentos para la variable Motivación

<i>Autor y año</i>	<i>Población</i>	<i>Muestra</i>	<i>Validez</i>	<i>Alpha</i>	<i>Instrumento</i>	<i>VARIABLES</i>	<i>Resultados</i>
Veland Ramadani (2015)	Sin dato	50 px*	Sin dato	Sin dato	Sin dato	1.Motivación 2.Factores de éxito 3.Retos del emprender	Estudio exploratorio para identificar la motivación de las empresarias en Albania, sus principales problemas y sus competencias para alcanzar el éxito.
Munsura Rahmatullah y Farhana Zaman (2014)	Sin dato	25 px*	Sin dato	Sin dato	Sin dato	1. Motivos para iniciar y continuar un negocio 2. Barreras para operar 3. Factores de éxito	Estudio descriptivo para entender los motivos para iniciar un negocio por mujeres en Bangladesh; los factores que afectan la decisión de emprender y los factores de éxito de sus negocios.
Fahri Özsongur (2019)	159 mujeres	159 px* (Censo)	De lenguaje e De contenido Conducido en prueba piloto a 49 px*.	0.70	Cuestionó demográficos, necesidades para su negocio, 26 ítems para identificar motivación y factores que les afectan al emprender.	1. Factores emocionales 2. Factores de empuje 3. Factores de jale 4. Factores de estabilidad	Identificó la interrelación entre los factores emocionales, de balance, empuje y atracción como elementos que intervienen en el desarrollo del espíritu emprendedor de las mujeres.

<i>Autor y año</i>	<i>Población</i>	<i>Muestra</i>	<i>Validez</i>	<i>Alpha</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Variables</i>	<i>Resultados</i>
Alfonso López Lira-Arjona, Jean-Charles Cachon, Yves Robichaud y José Nicolás Barragan-Codina (2016)	Población 1 = 82,284 empresas Población 2 = Sin dato	Sub-Muestra 1 = 278px* Sub-Muestra 2 = 200 px*	Prueba piloto conducida a 28 px*	Ítems entre .690 y .780	Comprende dos secciones 1. Datos generales 2. 18 ítems en escala de Likert para medir motivación para emprender.	1. Obtención de ingresos 2. Aspectos intrínsecos 3. Autonomía 4. Seguridad económica	Establece si hay diferencias por género para emprender en México. Se ordenan los factores que determinan el acto de emprender

Nota. Elaboración propia.

Nota. La abreviatura px* es utilizada para referirse a participante del estudio de los autores señalados.

Tabla 21

Análisis de instrumentos para la variable Liderazgo

<i>Autor y año</i>	<i>Población</i>	<i>Muestra</i>	<i>Validez</i>	<i>Alpha</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Variables</i>	<i>Resultados</i>
Mónica Solarte, Laura Salas-Arbelaez y Edgar Gaviria (2017)	242 pymes	142 px*	De las variables por análisis factorial, KMO y esfericidad de Bartlett.	>.60 y >.90 por cada dimensión	MLQ 6S con 21 ítems, divididos en las 3 dimensiones propuestas por Bass y Avolio (1997).	Transformacional 2. Transaccional 3. Pasivo	No se identifican diferencias significativas entre hombres y mujeres al ejercer el liderazgo en Cali, Colombia. Sin embargo, las diferencias se presentan al analizar cada indicador.

<i>Autor y año</i>	<i>Población</i>	<i>Muestra</i>	<i>Validez</i>	<i>Alpha</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Variabes</i>	<i>Resultados</i>
<i>Ninfa Castro y Eduardo Espinoza (2020)</i>	<i>Sin dato</i>	<i>380 px*</i>	<i>Sin dato</i>	<i>Sin dato</i>	<i>MLQ 6S con 21 ítems, divididos en las 3 dimensiones propuestas por Bass y Avolio (1997). Se agregó un apartado para datos generales.</i>	<i>1.Transformacional 2.Transaccional 3.Pasivo</i>	<i>Se destaca la diferencia de género al momento de analizar las correlaciones entre los estilos de liderazgo empleados y autopercebidos por hombres y mujeres del Ecuador.</i>

Nota. Elaboración propia

Nota. La abreviatura px* es utilizada para referirse a participante del estudio de los autores señalados.

Tabla 22

Análisis de instrumentos para la variable Competencias Emprendedoras

<i>Autor y año</i>	<i>Población</i>	<i>Muestra</i>	<i>Validez</i>	<i>Alpha</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Variabes</i>	<i>Resultados</i>
<i>Edgar Chávez (2020)</i>	<i>106</i>	<i>106 px* (Censo)</i>	<i>Sin dato</i>	<i>Sin dato</i>	<i>Test para medir el perfil emprendedor de La Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios. Estructurado en escala de Likert y dividido en 14 dimensiones; con un total de 46 ítems.</i>	<i>1.Liderazgo 2.Tolerancia a la incertidumbre 3. Gestión de recursos 4.Negociación 5. Creatividad 6.Trabajo en equipo 7.Gestión del riesgo 8. Visión del negocio 9. Necesidad de independencia 10. Resolución de problemas</i>	<i>Por medio del análisis descriptivo se señalan las competencias emprendedoras. Se usa prueba de Friedman para comparar resultados entre los distintos estratos.</i>

<i>Autor y año</i>	<i>Población</i>	<i>Muestra</i>	<i>Validez</i>	<i>Alpha</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Variables</i>	<i>Resultados</i>
						11. Comunicación 12. Capacidad de aprendizaje 13. Orientación a resultados 14. Proactividad	
<i>María Fe Sánchez-García y Magdalena Suárez-Ortega (2017)</i>	<i>Sin dato</i>	<i>248 px*</i>	<i>De contenido a juicio de expertos (16)</i> <i>De constructo y fiabilidad por KMO y Bartlett.</i> <i>Análisis factorial exploratorio y confirmatorio.</i> <i>Análisis de conglomerados.</i>	<i>0.868 y 0.905</i>	<i>1. Aspectos demográficos (11 ítems)</i> <i>2. Competencias emprendedoras (42 ítems)</i> <i>3. Competencias generales de gestión de la carrera (19 ítems)</i>	<i>1. Auto-suficiencia y proactividad</i> <i>2. Asertividad y control emocional</i> <i>3. Liderazgo participativo</i> <i>4. Afrontamiento de riesgos y dificultades.</i>	<i>Se analiza la pertinencia y claridad del instrumento. Se valida a través de programas estadísticos (SPSS, AMOS y SPAD).</i>

<i>Autor y año</i>	<i>Población</i>	<i>Muestra</i>	<i>Validez</i>	<i>Alpha</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Variables</i>	<i>Resultados</i>
<i>Raúl Santos, Francisco Barroso y Jorge Ávila (2014)</i>	<i>Sin dato</i>	<i>410 px*</i>	<i>De contenido o por juicio de expertos</i> <i>De construcción bajo análisis factorial por método de componentes principales</i>	<i>0.92</i>	<i>Cuestionario desarrollado a partir de las dimensiones desarrolladas por Palacios (1999)</i> <i>Adapta las 11 variables y se conforma por 55 ítems.</i> <i>Más ítems referentes a los datos demográficos</i>	<i>1. Espíritu emprendedor</i> <i>2. Deseo de tener un negocio o Necesidad de existir</i> <i>3. Experiencia técnica previa</i> <i>4. Tolerancia al riesgo</i> <i>5. Trabajo arduo</i> <i>6. Capacidad para reponerse y aprender</i> <i>7. Capacidad para trabajar con otros</i> <i>8. Credibilidad</i> <i>9. Priorizar</i> <i>10. Familia y negocio</i> <i>11. Cualidades o profesionalismo del emprendedor</i>	<i>Análisis descriptivo y correlacional que permite identificar las competencias propuestas y que se encuentran presentes en los participantes</i> <i>Se generan análisis factoriales y rotación varimax para comprobar los factores que expliquen la varianza total.</i> <i>Se detectaron correlaciones positivas y significativas</i>

Nota. Elaboración propia.

Nota. La abreviatura px* es utilizada para referirse a participante del estudio de los autores señalados.

Es así como por medio del análisis en bases de datos para instrumentos cuantitativos que permitieran medir las variables establecidas en este estudio, se seleccionaron los instrumentos que a continuación se presentan, donde por medio de los siguientes apartados y tablas se explican su autoría y composición, la cual consta de dimensiones, indicadores e ítems con los cuales se abordará esta investigación.

Instrumento seleccionado para medir la variable Motivación

Se usó el cuestionario para medir la motivación para el emprendimiento de López et al. (2016). El cual previamente fue utilizado en el estudio “Motivación para el emprendimiento en México: Un estudio comparativo de género”, realizado a empresarios de Guadalajara y Monterrey; y del cual se cuenta con autorización expresa de su autor para su uso y replicación. Dicho cuestionario se encuentra compuesto de 18 ítems, clasificados en cuatro factores identificados como los motivos detrás del emprendimiento, tal como se puede apreciar en la Tabla 23. Asimismo, tal cuestionario permite identificar la motivación hacia el emprendimiento considerando el contexto nacional, por lo que se vuelve pertinente para este estudio. Para su aplicación, se hacen las modificaciones respectivas para adecuar los ítems al contexto local.

Tabla 23

Elementos que integran el instrumento de Motivación para el emprendimiento de López et al., (2016)

Variable	Factores/Dimensiones	Ítems
Motivación	Obtención de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir un estilo de vida confortable - Maximizar el crecimiento del negocio - Incrementar las ventas y utilidades - Incrementar mis ingresos - Crear mi trabajo propio
	Aspectos intrínsecos	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con un reto - Probar que puedo lograrlo - Ser reconocido públicamente - Generar una satisfacción y lograr un crecimiento propio
	Autonomía/Independencia	<ul style="list-style-type: none"> - Tomar mis propias decisiones - Ser mi propio jefe - Mantener mi libertad - Estar cerca de la familia - Divertirme
	Seguridad Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Tener estabilidad laboral - Prepararme para mi retiro - Proveer trabajo para miembros de mi familia - Dejar un negocio como legado

Nota. Tabla tomada de Miranda et al. (2023), elaborada con base en los factores identificados en la motivación por López et al. (2016).

Instrumento seleccionado para medir la variable Liderazgo

Se hace uso del cuestionario multifactorial de liderazgo MLQ de Bass y Avolio (1997) en su forma corta 6S adaptado por Northouse (2010) en el formato de estudio de liderazgo desde la autopercepción del líder. El cual tiene por objetivo medir el comportamiento y las características del liderazgo a través de 21 ítems afirmativos en tres dimensiones a partir de una escala tipo Likert (Ver la Tabla 24). Tal adaptación ha permitido el uso ítems más sencillos de entender para el llenado y una menor cantidad del tiempo de los participantes, en comparación con el MLQ 5X en versión corta, que consta de 82 ítems.

Este instrumento ha sido utilizado en los estudios relacionados con liderazgo y género por García y Martínez (2017) en Colombia, y por Castro y Espinoza (2020) en Ecuador. Por lo tanto, para su aplicación se realizan las adecuaciones necesarias a la redacción de los ítems de acuerdo con el contexto local. En este sentido, y debido a su origen en inglés del instrumento, se solicitó la autorización de adaptar los ítems del cuestionario aplicado por Castro y Espinoza (2020) con base en el MLQ S6 de Northouse (2010) adaptado a partir del MLQ versión original de Bass y Avolio (1997).

Tabla 24

Elementos que integran el instrumento MLQ forma 6S de Bass y Volio, adaptado por Northouse (2010)

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Liderazgo	Transformacional	Influencia idealizada	1. Hago que las demás personas se sientan bien de estar a mi alrededor 8. Los demás tienen fe en mí 15. Los demás se sienten orgullosos de asociarse conmigo

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Liderazgo	Transformacional	Motivación inspiradora	2. Expreso en palabras sencillas lo que podríamos y deberíamos hacer 9. Ofrezco imágenes atractivas de lo que podemos hacer 16. Ayudo a los demás a encontrar sentido a su trabajo.
		Estimulación intelectual	3. Permito que otros piensen en nuevas formas de resolver otros problemas 10. Ofrezco a los demás nuevas maneras de mirar situaciones complejas 17. Hago que los demás repiensen ideas que nunca se habían cuestionado antes
		Consideración individual	4. Ayudo a que los demás se auto desarrollen 11. Le doy retroalimentación a los demás en su trabajo 18. Doy atención personal a aquellas personas que parecen excluidas
	Transaccional	Recompensa contingente	5. Le digo a los otros qué hacer si quieren ser recompensados por su trabajo. 12. Ofrezco reconocimientos/ recompensas cuando los demás alcanzan sus metas 19. Estoy atento sobre lo que los demás pueden obtener de acuerdo con sus logros
		Gestión por excepción	6. Me siento satisfecho cuando los otros cumplen con las normas acordadas 13. Siempre y cuando las cosas funcionen, no trato de cambiar nada 20. Le digo a los demás las normas que tienen que conocer para realizar su trabajo

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Liderazgo	Laissez-faire	Laissez-faire	7. Me siento bien dejando que los demás continúen trabajando de la misma manera que lo han hecho siempre 14. Lo que sea que los demás quieran hacer está bien para mí 21. Solo exijo a los demás lo necesario

Nota. Elaboración propia con base en la información de Solarte et al. (2017).

Instrumento seleccionado para medir la variable Competencias emprendedoras

Se hizo uso del instrumento de competencias emprendedoras de Santos (2011) adaptado de Palacios (1999) el cual contiene preguntas cerradas y permite clasificar las respuestas de los participantes para un mejor análisis. Para su utilización y replicación se contactó al autor y se obtuvo el permiso para ser utilizado en este trabajo de investigación. El instrumento se encuentra compuesto por 55 ítems clasificados en las 11 dimensiones, respetando la aportación de Palacios (1999) a las competencias emprendedoras, tal como se muestra en la Tabla 25.

Tabla 25

Elementos que integran el instrumento de Competencias Emprendedoras de Santos (2011)

Variable	Dimensiones	Ítems
Competencias Emprendedoras	Espíritu emprendedor	- Actúas por ti mismo antes de que las circunstancias te obliguen - Constantemente buscas nuevos productos o servicios que te ayuden a solucionar tus necesidades o mejorar tu trabajo - Aprovechas oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos - Te esfuerzas por fabricar un producto u ofrecer un servicio que consideras que cumple o rebasa las expectativas del cliente - Cuando comienzas una tarea o un proyecto nuevo, recaudas toda la información posible antes de llevarlo a cabo

Variable	Dimensiones	Ítems
Competencias emprendedoras	Deseo de tener un negocio o necesidad de existir	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando decides realizar una actividad o negocio, lo haces a pesar de los obstáculos - Es importante para ti invertir a corto plazo para tener ventajas en el largo plazo - Cuando estás haciendo un trabajo para otras personas, te esfuerzas en forma especial por lograr que queden satisfechas con el trabajo
	Experiencia técnica previa	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentas con los conocimientos para abrir un negocio - Cuentas con los conocimientos para operar un negocio - Cuentas con experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que ofreces - Estás consciente de las necesidades que originen abrir un negocio - Conoces el entorno empresarial - Conoces tus fortalezas
	Tolerancia al riesgo	<ul style="list-style-type: none"> - Calculas los riesgos intencionadamente cuando inicias alguna actividad - Evalúas todas las alternativas al iniciar una actividad - Actúas para reducir los riesgos - Controlas los resultados cuando asumes riesgos - Te atraen las situaciones que conlleven un reto o un riesgo moderado
	Trabajo arduo	<ul style="list-style-type: none"> - Te esmeras en realizar actividades que necesitan hacerse - Terminas tu trabajo a tiempo - Te enojas cuando las cosas no se hacen debidamente cuando las hacen otras personas - Haces lo que se necesita sin que otros tengan que pedirte que lo hagas - Tu rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajas - Te importa más la satisfacción del trabajo bien hecho que el dinero que recibirás por ello
	Capacidad para reponerse y aprender	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando te enfrentas a un problema difícil, inviertes tiempo en encontrar una solución lo más conveniente o adecuadamente posible - Ante un reto u obstáculo haces todo lo necesario o cambias de estrategia para superarlo - Asumes toda la responsabilidad en el logro de tus metas y objetivos - Intentas diferentes maneras de superar obstáculos que se interpongan al logro de tus metas

Variable	Dimensiones	Ítems
Competencias emprendedoras	Capacidad para trabajar con otros	<ul style="list-style-type: none"> - Haces uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros - Te apoyas en personas clave para conseguir tus objetivos - Desarrollas o mantienes una red de contactos de negocios - Logras, mediante persuasión, que otros apoyen tus recomendaciones - Insistes varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que quieres que hagan
	Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Te esfuerzas extraordinariamente para realizar tu trabajo - Colaboras con tus compañeros - Te pones en el lugar de tus compañeros si es necesario para terminar un trabajo - Valoras la buena voluntad de los compañeros de trabajo a largo plazo, por encima de las ganancias a corto plazo - Cumples las promesas que haces
	Priorizar	<ul style="list-style-type: none"> - Fijar metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto - Tienes una visión clara y específica de lo que quieres a largo plazo - Te fijas objetivos de manera frecuente - Mides los objetivos de manera frecuente - Planificas un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura
	Familia y negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Escuchas atentamente cuando alguien habla contigo - Consideras que tu familia y el negocio son importante para ti - Si en el futuro tuvieras un negocio, pensarías en traspararlo a tus hijos cuando seas anciano - Consideras que tener un negocio es un patrimonio familiar - Te importa la imagen que proyectas en la comunidad
	Cualidades o profesionalismo del emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> - Buscas autonomía del control evitando las reglas y normas de otras personas - Confías en ti mismo para terminar una tarea difícil o enfrentarte a un reto - Planificas las tareas grandes en sub-tareas con plazos de finalización - Haces un seguimiento de tus planes para revisar tus resultados y valorar las nuevas condiciones del entorno - Mantienes registros de tus actividades y te apoyas en ellos en la toma de decisiones - Confías en que puedes tener éxito en cualquier actividad que te propones ejecutar

Nota. Elaboración propia con base en las dimensiones de las competencias emprendedoras identificadas por Santos (2011).

Cabe mencionar que el instrumento de competencias emprendedoras ya fue aplicado en un trabajo doctoral en el año 2016, cuya población de estudio fueron los empresarios de MyPEs en Villahermosa, Tabasco. Por lo que, el mismo ha sido previamente validado por Mandujano (2017) haciendo pertinente su aplicación para este trabajo de investigación. No obstante, para su aplicación se realizan las adecuaciones necesarias a la redacción de los ítems, en concordancia de los otros instrumentos a utilizar.

A partir de las revisiones de los instrumentos seleccionados, se realizó la solicitud de permiso para su aplicación por vía correo electrónico, encontrando respuestas favorables por parte de los autores Santos (2011) López et al., (2016) y Castro y Espinoza (2020). Tal como se puede constatar en el Apéndice 1, sub-apéndices 1a, 1b y 1c.

Composición del instrumento para este estudio

Con el fin de alcanzar los objetivos, el instrumento a utilizar para recolectar los datos que permitan definir las características de las empresarias tabasqueñas se divide en tres partes: datos demográficos, dificultades y las variables a analizar (Ver el Apéndice 2) de la siguiente manera. La primera parte constituye los datos demográficos que permitieron determinar el perfil de la empresaria, es decir, se solicita información referente a su edad, estado civil, tipo de negocio, antigüedad de este, número de empleados, y otros datos que facilitaron especificar las características de la empresaria y de su establecimiento.

La segunda parte del instrumento se integra de una serie de afirmaciones que buscan identificar la principal razón de las mujeres para iniciar su negocio; así como los retos o dificultades que se han presentado al inicio o durante el desarrollo del mismo. Estas afirmaciones son tomadas con respecto a los autores consultados, y hacen referencia a las razones y retos que otras empresarias han expresado en estudios previos. La tercera parte del instrumento está conformada por los ítems correspondientes a las variables a analizar: motivación, liderazgo y competencias emprendedoras. Estos ítems son el resultado de la

integración de cuestionarios previamente utilizados y validados en estudios referentes al emprendimiento y a las características del emprendedor, como lo son las variables mencionadas, y los cuales se presentaron en las Tablas 23, 24 y 25.

Procedimiento de recolección de datos

En un primer momento, se buscó establecer relación previa con las participantes con el fin de sensibilizar a las empresarias sobre el estudio que se está realizando y la explicación de los fines académicos para los que sería usada la información, posteriormente se solicitó una cita individual para la aplicación del cuestionario.

Debido a la extensión que tenía la aplicación del instrumento, se ofreció a las empresarias una visita posterior, con el fin de no perturbar el desempeño de las empresarias en sus funciones. En este mismo sentido, el instrumento fue adaptado a plataformas digitales (Google Forms y JotForms) para poder ser autoadministrado, es decir, aquellas empresarias que contaran con el instrumento en sus dispositivos electrónicos resolvieran cada uno de los ítems sin intervención. Para las empresarias que aceptaron esta opción, antes del envío se les explicó las características de las preguntas, la confidencialidad de las mismas y el tiempo aproximado de duración de llenado, así también, se les ofreció la oportunidad de dejar abierta la plataforma para que las participantes pudieran responder en el momento que tuvieran disponible. Estas herramientas digitales también permitieron hacer frente a las limitaciones derivadas por la pandemia por COVID-19, pues permitió compartir el vínculo (link) correspondiente con aquellas empresarias que no aceptaron una visita, pero que accedieron a participar por medio del medio electrónico de su preferencia (correo electrónico o mensajería instantánea).

Plan de análisis de la información

Los datos obtenidos del proceso de recolección fueron ordenados en hojas de cálculo de Excel, para posteriormente trasladarse la información al software estadístico IBM SPSS

Statistics, en su versión 25, donde por medio de sus herramientas de análisis se calcularon en primer orden, las medidas de tendencia central y dispersión para identificar la normalidad de los datos y para la obtención de datos estadísticos de tipo descriptivo, así como los resultados que permitieron establecer la correlación de los ítems y las cargas factoriales en los constructos.

Con el programa AMOS v23, se realizaron los análisis multivariantes a través de ecuaciones estructurales para establecer las relaciones entre los constructos, donde por medio del análisis de los indicadores de bondad de ajuste se generó el modelo teórico y se dio respuesta a las hipótesis propuestas.

Como acotación, para poder establecer la fiabilidad y validez de los constructos del instrumento, se realizaron en SPSS v25 los análisis de alfa de Cronbach a la prueba piloto, así como el análisis de concordancia por medio del coeficiente Kappa de Fleiss del juicio de expertos.

Operacionalización de las variables

Con el fin de establecer la identificación de las variables, se realizó la operacionalización y conceptualización de cada una de las dimensiones e indicadores con respecto a su definición y su unidad de medición, así como los ítems que permitan su identificación dentro del instrumento. En las tablas subsecuentes se puede apreciar la esquematización para cada una de las variables que componen el estudio.

Tabla 26

Esquematización de la variable Motivación

Variable	Definición (López et al., 2016)	Dimensión y definición (López et al., 2016)	Ítem
Motivación	La motivación en los emprendedores se puede clasificar y agrupar de acuerdo con las razones para iniciar un	Motivos para la obtención de ingresos: Se refiere a los motivos que determinan la búsqueda de una mejor calidad de vida, el crecimiento del negocio y la generación de ingresos por el trabajo propio.	56-60

Variable	Definición (López et al., 2016)	Dimensión y definición (López et al., 2016)	Ítem
Motivación	emprendimiento en: motivos para la obtención de ingresos, en factores intrínsecos (relacionados con el logro personal), en la búsqueda de autonomía o independencia, y como un medio para alcanzar la seguridad económica.	Factores intrínsecos: Se refiere a los motivos que tienen relación con la percepción de logro y reconocimiento público; generando a su vez la satisfacción del individuo.	61-64
		Búsqueda de autonomía o independencia: Se refiere a la motivación para tomar decisiones de forma libre y autónoma, permitiendo ejercer el emprendimiento sin dejar de lado la relación con la familia.	65-69
		Medio para alcanzar la seguridad económica: Se refiere a los motivos para emprender como forma de preparar un mejor retiro, una estabilidad laboral o dejar un legado.	70-73

Nota. Elaboración propia

Tabla 27

Esquematización de la variable Liderazgo

Variable	Definición (Bass, 1990)	Dimensión y definición (Bass & Avolio 1997)	Indicador	Ítem
Liderazgo	Para comprender al liderazgo, se deben analizar los estilos que desarrollan los individuos. Son las formas en que los líderes definen su interacción con otros para desempeñar sus funciones.	Transformacional: Se refiere a la conducta del líder que produce cambios en las actitudes y creencias de los miembros del grupo; propiciando un desempeño mejor de los seguidores.	Influencia idealizada (Carisma)	74, 81, 88
			Motivación inspiradora (Inspiración)	75, 82, 89
			Estimulación intelectual	76, 83, 90
			Consideración individualizada	77, 84, 91

Variable	Definición (Bass, 1990)	Dimensión y definición (Bass & Avolio 1997)	Indicador	Ítem
Liderazgo		Transaccional: Se refiere a la conducta que promueve la recompensa que esperan recibir los seguidores al cumplir con las funciones establecidas por el líder; se puede condicionar el beneficio. Puede propiciar el establecimiento de castigos o sanciones a los subordinados.	Recompensa contingente	78, 85, 92
			Dirección/Gestión por excepción (activa y pasiva)	79, 86, 93
		Laissez-Faire: Se refiere a las conductas de un líder que no ejerce el liderazgo; propiciando una baja eficacia y satisfacción de los miembros del grupo.	-Laissez – Faire	80, 87, 94

Nota. Elaboración propia.

Tabla 28

Esquematización de la variable Competencias emprendedoras

Variable	Definición (Santos, 2011)	Dimensión y definición (Santos, 2011)	Ítem
Competencias emprendedoras	Es la capacidad que tienen las personas para realizar con éxito las actividades que le son encomendadas según los estándares establecidos. (p.981)	1. Espíritu emprendedor: Se refiere a características tales como “olfato del negocio”, tener una idea entre “ceja y ceja”, llevar a cabo una idea contra “viento y marea”	1-5
		2. Deseo de tener un negocio o necesidad de existir: Implica sentir una gran necesidad de llevar a cabo el negocio. Disposición a sacrificar las ganancias iniciales por el largo plazo.	6-8

Variable	Definición (Santos, 2011)	Dimensión y definición (Santos, 2011)	Ítem
Competencias emprendedoras		3. Experiencia técnica previa: Conocimiento acerca del negocio, de los procesos y del producto. Para alcanzar el éxito empresarial la persona debe conectarse con el negocio por un período no menos de 5 años.	9-14
		4. Tolerancia al riesgo: Es la capacidad para afrontar riesgos calculados. Es decir, la capacidad de tomar riesgos con base en un estudio o plan previamente establecido.	15-19
		5. Trabajo arduo: Disposición a dedicar esfuerzo y muchas horas de trabajo, muchas veces sin recompensas inmediatas.	20-25
		6. Capacidad para reponerse y aprender: Implica tenacidad y perseverancia. No sentirse derrotado ante el fracaso. Sacar provecho de los errores	26-29
		7. Capacidad para trabajar con otros: Se refiere a la capacidad de saber entenderse entre los socios y colaboradores, de escoger a los más adecuados y de saber trabajar en equipo dentro de un ambiente cooperativo.	30-34
		8. Credibilidad: Tiene que ver con ofrecer productos de calidad, con respetar a los clientes, con demostrar aprecio a los trabajadores. En definitiva, con hacer las cosas bien con los clientes y trabajadores, tener integridad y actuar de acuerdo con sus principios.	35-39
		9. Priorizar: Tener la habilidad suficiente para establecer prioridades y cumplirlas.	40-44
		10. Familia y negocio: Se refiere al adecuado manejo de las relaciones familiares, la importancia de introducir una gerencia profesional y la capacidad de preparar la empresa para la sucesión.	45-49

Variable	Definición (Santos, 2011)	Dimensión y definición (Santos, 2011)	Ítem
Competencias emprendedoras		11. Cualidades o profesionalismo del emprendedor: Implica tener la capacidad para desarrollar las habilidades y capacidades internas, así como las prácticas y estrategias necesarias para asegurar la supervivencia y el crecimiento de la empresa.	50-55

Nota. Elaboración propia.

Codificación y niveles de medición de las variables de estudio

Debido a la importancia que representa el instrumento para la recolección de datos en el trabajo de investigación, se debe especificar el nivel de medición que tendrá cada uno de los ítems, y en consecuencia, de las variables que representan, entendiendo a la medición como el proceso de asignación de marcadores a objetos, hechos o personas, con el fin de representar la cualidad o cantidad del atributo; es decir, no se mide al sujeto o al objeto, sino a las características o atributos (Bernal, 2010; Hernández, et al., 2014).

Para el proceso de investigación se consideran cuatro escalas o niveles de medición: nominal, ordinal, por intervalo y de proporción o razón. El nivel nominal, es aquél que divide los datos en categorías mutuamente excluyentes, es decir, las categorías creadas no responden a una jerarquía u orden, por tanto, solo indica diferencias respecto a sus características; como el caso del género, que se clasifica normalmente en femenino y masculino. Una categoría no es superior a la otra, solo refleja diferencias (Bernal, 2010; Hernández, et al., 2014).

El nivel ordinal, tiene como fin el ordenamiento de los datos por medio del establecimiento de prioridades, ya sea de forma ascendente o descendente, en este sentido, se indican jerarquías de datos y los números son atribuidos a posiciones. El nivel por intervalo es aquél que además de considerar la jerarquía entre categorías, establece intervalos, o distancias, iguales entre las distancias de categorías, por lo que existe una constante en el intervalo a lo largo de toda la escala. Finalmente, el nivel de proporción o razón es similar a la medición por

intervalo, sin embargo, el cero se coloca de forma real para tomar como punto de partida o donde no existe una propiedad de medición de la variable o dimensión (Bernal, 2010; Hernández, et al., 2014).

Para medir los atributos que componen a las variables de este trabajo de investigación se consideran dos niveles: nominal y ordinal, asimismo, para cada uno de los ítems se asignará un código con el fin de facilitar su análisis estadístico. Los datos correspondientes se presentan en las Tablas 29 y 30, que muestran la codificación para los ítems en relación con las razones para iniciar el negocio y los retos de las empresarias, las tablas subsecuentes contienen la codificación para las tres variables a analizar en este estudio.

Tabla 29

Codificación de la Sección 2: Principal razón para iniciar el negocio de las empresarias

Ítem	Descripción	Codificación
MCE1	Crisis económica (familiar o propia)	1
MFH2	Falta de flexibilidad de horario como empleada	2
MDD3	Desempleo / Despido	3
MII4	Poner en práctica una idea innovadora	4
MPR5	No encontré trabajo acorde a mi profesión	5
MPN6	Siempre quise tener mi propio negocio	6

Nota. Elaboración propia

Tabla 30

Codificación de la Sección 2: Retos de las empresarias

Ítem	Descripción	Codificación
ROD1	He enfrentado escasez de recursos económicos para operar	1 = Al inicio 2 = Actualmente
ROD2	He tenido dificultad para establecer la calidad del producto o servicio	3 = Persiste desde el inicio hasta la actualidad
ROD3	He tenido dificultad para establecer relaciones con los empleados (de tenerlos)	0 = No me aplica
ROD4	Creo que me falta experiencia gerencial (manejo de negocios)	
ROD5	Me ha faltado apoyo de personas cercanas a mí (familia y amigos)	
ROD6	Creo que me falta experiencia en gestión de marketing	

Ítem	Descripción	Codificación
ROD7	He tenido problemas en mis relaciones familiares por atender el negocio.	
ROD8	Me falta tiempo para atender actividades del hogar	
ROD9	Me causa conflicto conciliar tiempo entre el trabajo y la familia	
ROD10	Me falta energía para atender actividades sociales	
ROD11	Las preocupaciones por el negocio han interferido en mi vida personal	
ROD12	He tenido conflictos de pareja por el tiempo invertido en el negocio (de tener pareja o haberla tenido durante el proceso de emprendimiento)	
ROD13	Considero que me falta experiencia en el manejo financiero y fiscal del negocio	
ROD14	Tengo dificultad para el manejo de herramientas tecnológicas en el negocio	

Nota. Elaboración propia

Tabla 31

Codificación de la Sección 3: Variable Motivación

Ítem	Descripción	Codificación
MEOI56	Busco obtener un estilo de vida confortable	1 = Totalmente en desacuerdo
MEOI57	Busco maximizar el crecimiento del negocio	2 = En desacuerdo
MEOI58	Me motiva incrementar las ventas y utilidades	3 = Ni acuerdo ni en desacuerdo
MEOI59	Mi meta es incrementar mis ingresos	4 = De acuerdo
MEOI60	Me motiva crear mi propio trabajo	5 = Totalmente de acuerdo
MEFI61	Para mí tener un negocio es cumplir con un reto	
MEFI62	Me motiva probar que puedo lograrlo	
MEFI63	Busco ser reconocida públicamente	
MEFI64	Me motiva generar una satisfacción y lograr mi crecimiento	
MEBA65	Me motiva tomar mis propias decisiones	
MEBA66	Me motiva ser mi propio jefe	
MEBA67	Mi negocio me permite mantener mi libertad de horario	
MEBA68	Mi negocio me permite estar cerca de mi familia	
MEBA69	Mi negocio me permite divertirme	
MESE70	Mi negocio me permite tener estabilidad laboral	
MESE71	Tener un negocio me ayuda a prepararme para mi retiro	
MESE72	Proveo trabajo para miembros de mi familia	
MESE73	Me motiva dejar un negocio como legado	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 32

Codificación de la Sección 3: Variable Liderazgo

Ítem	Descripción	Codificación
LTRANSINID74	Hago que las demás personas se sientan bien estando conmigo	1 =Totalmente en desacuerdo
LTRANSMI75	Expreso en palabras sencillas lo que podríamos y deberíamos hacer	2 = En desacuerdo
LTRANSEI76	Permito que otros piensen en nuevas formas de resolver viejos problemas	3 = Ni acuerdo ni en desacuerdo
LTRANSCI77	Ayudo a que los demás se desarrollen por sí mismos	4 = De acuerdo
LTRANSACRC78	Le digo a los otros qué hacer si quieren ser recompensados en su trabajo	5 = Totalmente de acuerdo
LTRANSACDXE79	Me siento satisfecha cuando los otros cumplen con las normas acordadas	
LNOLID80	Me siento bien dejando que los otros continúen trabajando de la misma manera que lo han hecho siempre	
LTRANSINID81	Los demás tienen fe en mí	
LTRANSMI82	Ofrezco imágenes atractivas de lo que podemos hacer	
LTRANSEI83	Ofrezco a los demás nuevas maneras de mirar situaciones complejas	
LTRANSCI84	Le doy retroalimentación a los demás en su trabajo	
LTRANSACRC85	Ofrezco reconocimientos / recompensas cuando los demás alcanzan sus metas	
LTRANSACDXE86	Mientras las cosas funcionen, no trato de cambiar nada.	
LNOLID87	Lo que sea que los demás quieran hacer está bien para mí	
LTRANSINID88	Los demás se sienten orgullosos de asociarse conmigo	
LTRANSMI89	Ayudo a los demás a encontrar sentido a su trabajo	
LTRANSEI90	Hago que los demás repiensen en ideas que no se habían cuestionado antes	
LTRANSCI91	Doy atención personal a quienes parecen rechazados o excluidos	
LTRANSACRC92	Estoy atenta a lo que otros pueden obtener de acuerdo con sus logros	
LTRANSACDXE93	Le digo a los demás las normas que deben conocer para llevar a cabo su trabajo	
LNOLID94	Solo exijo a los demás lo que es absolutamente esencial	

Nota. Elaboración propia

Tabla 33

Codificación de la Sección 3: Variable Competencias emprendedoras

Ítem	Descripción	Codificación
CEEE1	Actúo por mí misma antes de que las circunstancias me obliguen	1 =Totalmente en desacuerdo
CEEE2	Constantemente busco nuevos productos o servicios que me ayuden a mejorar mi trabajo	2 = En desacuerdo
CEEE3	Aprovecho oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos	3 = Ni acuerdo ni en desacuerdo
CEEE4	Me esfuerzo en fabricar un producto u ofrecer un servicio que considere cumple o rebasa las expectativas de mis clientes	4 = De acuerdo
CEEE5	Recabo toda la información posible antes de comenzar una tarea o un proyecto nuevo	5 = Totalmente de acuerdo
CENE6	Cuando decido realizar una actividad o negocio, lo hago a pesar de los obstáculos	
CENE7	Me es importante invertir ahora para obtener beneficios tiempo después	
CENE8	Al trabajar con otros, me esfuerzo de manera especial para que los demás queden satisfechos con el trabajo	
CEETP9	Tengo conocimientos para abrir un negocio	
CEETP10	Tengo conocimientos para operar un negocio	
CEETP11	Cuento con la experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que le ofrezco a mis clientes	
CEETP12	Estoy consciente de las necesidades que llevan a abrir un negocio	
CEETP13	Conozco el entorno empresarial	
CEETP14	Conozco mis fortalezas	
CETR15	Calculo los riesgos de manera intencional cuando inicio alguna actividad	
CETR16	Evalúo todas las alternativas al iniciar una actividad	
CETR17	Actúo para reducir los riesgos	
CETR18	Controlo los resultados cuando asumo riesgos	
CETR19	Me atraen las situaciones que conlleven un riesgo o reto moderado	
CETA20	Me esmero en realizar actividades que necesitan hacerse	
CETA21	Termino mi trabajo a tiempo	
CETA22	Me enojo cuando las cosas no se hacen debidamente al hacerlas otras personas	
CETA23	Hago lo que se necesita sin que otros me lo pidan	
CETA24	Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otros con quienes trabajo	
CETA25	Me importa más la satisfacción de trabajar que el dinero que obtendré	
CECRA26	Cuando enfrento un problema difícil, invierto tiempo en encontrar la solución más conveniente posible	

Ítem	Descripción	Codificación
CECRA27	Hago todo lo necesario o cambio de estrategia para hacer frente a un reto u obstáculo	
CECRA28	Asumo toda la responsabilidad en el logro de mis metas y objetivos	
CECRA29	Intento diferentes formas de superar obstáculos que se interpongan en el logro de mis metas	
CECTO30	Hago uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros	
CECTO31	Me apoyo en personas clave para alcanzar mis objetivos	
CECTO32	Desarrollo y mantengo una red de contactos de negocios	
CECTO33	Convenzo a los demás para que apoyen mis recomendaciones	
CECTO34	Insisto varias veces para conseguir que otros hagan lo que quiero que hagan	
CEC35	Me esfuerzo de manera extraordinaria para realizar mi trabajo	
CEC36	Colaboro con mis compañeros	
CEC37	Me pongo en el lugar de mis compañeros para terminar un trabajo de ser necesario	
CEC38	Valoro la buena voluntad de los demás en el trabajo, por encima de las ganancias en el corto plazo	
CEC39	Cumplo las promesas que hago	
CEP40	Me fijo metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto	
CEP41	Tengo una visión clara y específica de lo que quiero a largo plazo	
CEP42	Me fijo objetivos frecuentemente	
CEP43	Mido los objetivos frecuentemente	
CEP44	Planifico un gran proyecto, dividiéndolo en tareas más pequeñas	
CEFYN45	Escucho atentamente cuando alguien habla conmigo	
CEFYN46	Considero que mi familia y el negocio son importantes para mí	
CEFYN47	En el futuro, pienso traspasar el negocio a mis hijos (en caso de tenerlos)	
CEFYN48	Considero que tener un negocio es un patrimonio familiar	
CEFYN49	Me importa la imagen que proyecto a la comunidad	
CEPE50	Busco independencia, evitando el control por las reglas y normas de los demás	
CEPE51	Confío en mí misma para terminar una tarea difícil o enfrentarme a un reto	
CEPE52	Planifico tareas grandes en más pequeñas con plazos de finalización	
CEPE53	Hago un seguimiento de mis planes para revisar resultados y las nuevas condiciones del entorno	
CEPE54	Mantengo un registro de mis actividades y me apoyo de estos registros para tomar decisiones	
CEPE55	Confío en que puedo tener éxito en cualquier actividad que decida realizar	

Nota. Elaboración propia.

Validez del instrumento

La validez de un instrumento se alcanza cuando éste mide lo que debe ser medido y para lo cual fue diseñado (Bernal, 2010; Hernández et al., 2014). En este sentido, la validez permite inferir las conclusiones con los resultados obtenidos. Por lo que, para que un instrumento sea válido, se pueden utilizar diversos criterios. Sin embargo, para el enfoque cuantitativo, estos son en relación con el contenido, el criterio y el constructo. Cabe destacar que la validez de contenido permite determinar el grado en que, en el instrumento, la variable está representada y medida correctamente (Bernal, 2010). Contrastando el “universo de ítems frente a los ítems presentes en el instrumento de medición” (Hernández et al., 2014 p.247).

Por otra parte, se considera que un instrumento alcanzado o demuestra tener una validez de criterio cuando éste es capaz de predecir la variable que está midiendo (Bernal, 2010) es decir, cuando se realiza una comparación de los resultados derivados de la aplicación del instrumento, con los resultados de un criterio externo (Hernández et al., 2014).

Como parte del análisis para obtener la información pertinente a la validez de criterio y contenido se realizó un juicio de expertos (Bernal-García et al, 2020) donde tres especialistas (tabla 34) participaron para determinar la coherencia, relevancia, suficiencia y claridad (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008) de cada uno de los ítems contenidos en el instrumento. La selección se determinó por medio de una serie de criterios que permitieran asegurar su conocimiento y experiencia en el área de estudio, sobre todo que poseyeran una relación más estrecha con investigaciones en emprendimiento bajo enfoque de género.

Tabla 34

Perfil de las especialistas que participaron en el juicio de expertos

Experto	Criterio de selección	Trayectoria
1	Especialista en emprendimiento	<ul style="list-style-type: none">Académica experta en líneas de desarrollo organizacional e innovación empresarial.

Experto	Criterio de selección	Trayectoria
1		<ul style="list-style-type: none"> • 21 años de experiencia en ámbito académico. • Autora de libros de emprendimiento.
2	Especialista en gestión organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Académica experta en líneas de gestión organizacional, liderazgo y emprendimiento. • 33 años de experiencia en ámbito académico. • Investigadora en emprendimiento.
3	Especialista en dirección de negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Académica experta en líneas de emprendimiento social, administración de PyMEs, dirección de negocios y perspectiva de género. • 20 años de experiencia en ámbito académico y puestos administrativos gubernamentales en instancias de desarrollo de la mujer.

Nota. Elaboración propia.

Para la evaluación del instrumento se les hizo llegar vía correo electrónico la información a las especialistas sobre la construcción del instrumento, así como las características de la población y el lugar donde se llevó a cabo su aplicación, con el fin que comprendieran el origen de los ítems y el contexto en que se desenvuelven los sujetos de estudio de esta investigación. Así también, se anexó la guía que permitió evaluar cada uno de los ítems del instrumento con base en las características mencionadas y de acuerdo con una escala de 1 a 4, tal como se aprecia en la Tabla 35.

Tabla 35

Categorías para evaluar los ítems del instrumento por medio del juicio de expertos

Categorías	Explicación
Suficiencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cumple con el Criterio. Los ítems no son suficientes para medir. 2. Nivel Bajo. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden a la medición. 3. Nivel Moderado. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar completamente lo que se mide. 4. Nivel Alto. Los ítems son suficientes.

Categorías	Explicación
Relevancia	1. No cumple con el Criterio. El ítem puede ser eliminado sin que afecte la medición de la dimensión.
	2. Nivel Bajo. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede medir lo mismo.
	3. Nivel Moderado. El ítem es relativamente importante.
	4. Nivel Alto. El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
Claridad	1. No cumple con el Criterio. El ítem no es claro.
	2. Nivel Bajo. El ítem requiere modificaciones serias en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Nivel Moderado. Se requieren modificaciones específicas de algunos de los términos del ítem.
	4. Nivel Alto. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
Coherencia	1. No cumple con el Criterio. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Nivel Bajo. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Nivel Moderado. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión.
	4. Nivel Alto. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión.

Nota. Elaboración propia con base en Escobedo y Cuervo (2008).

A partir de las calificaciones otorgadas por las expertas en el instrumento de medición para la suficiencia, relevancia, claridad y coherencia de cada uno de los ítems, se procedió a hacer el cálculo del índice de concordancia Kappa de Fleiss, el cual de acuerdo a Bernal (2010) es el procedimiento recomendado cuando existen tres o más expertos evaluando la concordancia de los ítems en un instrumento, donde se obtuvo que, de acuerdo a Landis y Koch (1977) quienes se basan en la interpretación de la Kappa de Cohen (Ver la Tabla 36) las jueces tuvieron concordancia moderada (Ver la Tabla 37) en cuanto a la evaluación por categorías de los ítems del instrumento.

Tabla 36

Indicadores de concordancia para Kappa de Fleiss, con base en Kappa de Cohen

Indicador	Explicación
<0,20	Concordancia pobre
0,21-0,40	Concordancia justa
0,41-0,60	Concordancia moderada
0,61-0,80	Concordancia buena
0,81-1,00	Concordancia muy buena

Nota. Elaboración propia con base en Landis y Koch (1977).

Tabla 37

Valores de concordancia de Kappa de Fleis obtenidos del juicio de expertos

Dimensión	Valor de Kappa
Suficiencia	0.427
Coherencia	0.437
Relevancia	0.507
Claridad	0.480

Nota. Elaboración propia.

Tal como se puede apreciar, la categoría evaluada como Relevancia fue la que mayor nivel de concordancia entre las expertas tuvo (0.507). Mientras que la Suficiencia fue la categoría donde la concordancia alcanzó el nivel mínimo aceptable (0.427). Con base en las calificaciones otorgadas y las dimensiones donde se obtuvieron los resultados más notables, se pudieron identificar aquellos ítems que necesitaban un mayor seguimiento en su comportamiento durante la prueba piloto.

Prueba Piloto

Hernández, et al., (2014) indica que la prueba piloto es la fase del proceso de recolección de datos cuantitativos donde el instrumento es administrado a una muestra pequeña de casos, con el fin de evaluar la pertinencia y eficacia del instrumento; siendo a partir de este ejercicio, que se podrá comprobar la confiabilidad y validez de este, para posteriormente ser aplicado a los sujetos de estudio que comprenden la investigación.

Asimismo, es durante la prueba piloto que se establecen las condiciones para la aplicación del instrumento, considerando la explicación de las instrucciones, el tiempo promedio de solución del instrumento, el contexto necesario para el desarrollo de la recolección de los datos, así como la comprensión o confusión que los ítems puedan causar durante la aplicación. En este sentido, la detección de estos elementos permite afinar el instrumento para dar paso a la fase de recolección de datos que lleven al cumplimiento de los objetivos del proyecto (Mora, et al., 2015).

Por tanto, con el fin de poder establecer la fiabilidad del instrumento de medición, la prueba piloto se realizó a partir del 15 de junio y concluyó el día 13 de julio del 2021. Durante el mes en que se hizo el levantamiento, participaron 41 mujeres, quienes cumplían con las características similares a la de la población de estudio, no obstante, una vez revisados los datos solo 37 de las respuestas no tuvieron elementos perdidos, siendo ésta la cifra total para analizar.

Las participantes fueron invitadas de manera personal, ya sea porque son mujeres conocidas por su actividad empresarial, así como por ser referidas por otras participantes. También se consideró que éstas no tuvieran relación con la población muestra, pero que conservaran las características propias del sujeto de estudio: ser mujeres y estar al frente de un establecimiento del cual son propietarias, considerándose a empresarias de la Región Chontalpa y Centro.

La aplicación del instrumento fue autoadministrada, es decir, que se entregó a las participantes para su respuesta, sin intermediarios, y donde las opciones fueron marcadas por ellas mismas (Hernández et al., 2014) por medio de la plataforma Google Forms, bajo el formato de formulario, cuyo hipervínculo fue compartido vía correo electrónico y plataforma de mensajería instantánea. Esto con el fin de reducir la interacción y exposición al evento pandémico presente durante el desarrollo de la prueba piloto. No obstante, también se realizaron visitas para poder recolectar la participación de algunas empresarias, quienes señalaron no sentirse seguras con el uso del formulario digital.

Dentro de las ventajas que el uso de la plataforma Google Forms presentó, fueron la facilidad para administrar el acceso de participantes, así como el guardado del avance de la participante, pudiéndose retomar hasta el momento del envío, sin que se redujera el interés de responder por la extensión del instrumento. Así también, permitió la autogeneración de una base de datos en formato de hoja de cálculo; misma que permitió facilitar la depuración y codificación de la información recabada, así como su importación desde el software estadístico

SPSS V25 donde posteriormente se pudo calcular la fiabilidad de las dimensiones y sus ítems por medio del coeficiente Alpha de Cronbach, con el fin de alcanzar el diseño final del instrumento.

Fiabilidad del instrumento

Hernández et al., (2014) señala que la fiabilidad en un instrumento se entiende como el “grado en que la aplicación repetida de un instrumento de medición, a los mismos individuos u objetos, produce resultados iguales” (p.262). Mientras tanto, Bernal (2010, p.247) indica que la fiabilidad de un instrumento “se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios”. De acuerdo con ambos autores, la fiabilidad de un instrumento se logra cuando éste presenta medidas acordes a la escala seleccionada, es decir, si a partir del cuestionario se alcanzan los mismos resultados, o similares, a partir de la medición de eventos una y otra vez.

La fiabilidad de un instrumento se alcanza al calcular el coeficiente cuyo valor puede variar entre 0 y 1, siendo 0 que hay nula confiabilidad y 1, donde hay total confiabilidad del instrumento. Para lo cual, se pueden utilizar uno de los siguientes métodos: de estabilidad, de formas alternas, de mitades partidas y de consistencia interna (Hernández et al., 2014). En este sentido, de acuerdo con la información obtenida se realizaron los cálculos de Alfa de Cronbach por cada una de las variables y dimensiones para obtener la consistencia interna del mismo, obteniéndose los datos que se muestran en la Tabla 39, cuyos datos se pueden interpretar de acuerdo con Oviedo y Campo-Arias (2005) de acuerdo a los indicadores en la Tabla 38.

Tabla 38

Indicadores para interpretación de resultados de alfa de Cronbach

Indicador de Alfa de Cronbach	Explicación
<0.70	Consistencia interna de la escala es baja. Puede ser considerado cuando no hay otros instrumentos.

Indicador de Alfa de Cronbach	Explicación
0.70	Valor mínimo aceptable
0.80 - 0.90	Valor aceptable
> 0.90	Valor máximo esperado. Indica duplicación o redundancia; varios ítems miden el mismo elemento de un constructo.

Nota. Elaboración propia con base en Oviedo y Campo-Arias (2005).

Tabla 39

Alpha de Cronbach por dimensiones

Dimensión	Alpha de la dimensión
Competencias emprendedoras	.950
Espíritu Emprendedor	0.774
Necesidad de existir	0.630
Experiencia técnica previa	0.820
Tolerancia al riesgo	0.863
Trabajo arduo	0.638
Capacidad para reponerse y aprender	0.732
Capacidad para trabajar con otros	0.705
Credibilidad	0.718
Priorizar	0.856
Familia y negocio	0.695
Profesionalismo del emprendedor	0.766
Motivación	0.802
Obtener ingresos	0.833
Factores intrínsecos	0.489
Búsqueda de autonomía	0.763
Seguridad económica	0.731
Liderazgo	0.925
Liderazgo Transformacional	0.920
Transformacional – Influencia idealizada	0.819
Transformacional – Motivación inspiradora	0.619
Transformacional – Estimulación intelectual	0.675

Dimensión	Alpha de la dimensión
Transformacional – Consideración individualizada	0.683
Liderazgo Transaccional	0.772
Transaccional – Recompensa contingente	0.700
Transaccional – Dirección por excepción	0.486
No liderazgo	0.671

Nota. Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos, para cada una de las variables se encontraron consistencias internas de valor aceptable-máximo: Competencias emprendedoras (>0.090), Motivación, (>0.080) y Liderazgo (>0.090).

Al analizar cada una de las dimensiones, en el caso de Competencias Emprendedoras las dimensiones que reportaron los menores valores de alfa, y por tanto una consistencia interna baja, fueron: Necesidad de existir (0.630) Trabajo arduo (0.638) Familia y negocio (0.695). En la variable Motivación el valor de Alfa que presentó el menor puntaje en la variable Motivación corresponde a la dimensión Factores intrínsecos (0.489). Finalmente, en lo que respecta a la variable Liderazgo el menor valor se presentó en la dimensión No Liderazgo (0.671).

Para poder mejorar la comprensión de los valores obtenidos, se analizaron los ítems por medio de los resultados de la función “alfa si se elimina el elemento”, identificándose aquellos que, de ser suprimidos o modificados, pueden permitir incrementar el valor del alfa de la dimensión.

Para efectos de esta investigación, los instrumentos utilizados son de autoría de otros investigadores, por lo que se recurrió a la modificación en la redacción de los ítems, la cual se configuró con base en las observaciones obtenidas del proceso de evaluación por juicio de expertos, y cuyas modificaciones se presentan en el apartado siguiente.

Modificación de ítems de instrumento después de análisis de fiabilidad y validez de contenido y criterio

A partir de los resultados obtenidos una vez realizada la prueba piloto y el juicio de expertos, se identificaron las acciones que permitieron ajustar el instrumento con el fin de obtener mejores resultados durante el ejercicio de recolección final de los datos. En este sentido, el instrumento se ajustó por medio de la modificación y adición de ítems, quedando conformado de la siguiente manera: Las secciones 1 y 2, no sufrieron ajustes, es decir, las preguntas referentes a la característica demográfica y las razones y retos para emprender se mantuvieron iguales, tanto en su redacción como en sus opciones de respuestas.

En cuanto a la sección 3, que se encuentra integrada por las variables Competencias Emprendedoras, Motivación y Liderazgo, para la primera variable se modificaron los ítems identificados como CENE6 y CENE8 de la dimensión Necesidad de existir. Así también, a esta dimensión se le anexó el ítem CENE01. De la dimensión Trabajo Arduo se modificó el ítem CETA25; y de la dimensión Familia y Negocio se modificó el ítem CEFYN45 y se anexó el ítem CEFYN01. Finalmente, para el estudio de esta variable se conformaron un total de 57 ítems.

Para la dimensión Motivación se dieron correcciones en la redacción de los ítems MEFI62, MEFI63 y MEFI 64, que forman parte de la dimensión Factores intrínsecos. Para esta dimensión no se añadieron ítems, por lo que esta variable conservó el total de 18 elementos

Al respecto de las adecuaciones, en la variable Liderazgo, éstas se dieron en la dimensión Liderazgo transformacional, donde se modificaron los ítems del indicador Motivación inspiradora (LTRANSMI75 y LTRANSMI82), así también, se anexaron dos ítems identificados como LTRANSMIO1 y LTRANSMIO2. En lo correspondiente al indicador Estimulación intelectual de esta dimensión, los tres ítems sufrieron ajustes en su redacción y se anexó un elemento más, identificado como LTRANSEIO1. Para el indicador Consideración individualizada se realizaron ajustes en todos sus elementos, y se anexó el ítem LTRANSCIO1.

Para la dimensión Liderazgo transaccional, el indicador Dirección por excepción tuvo ajuste en los ítems LTRANSACDXE86 y LTRANSACDXE93. Así también, se anexaron los elementos LTRANSACDXE01 y LTRANSACDXE02. Finalmente, para la dimensión No liderazgo, todos los ítems fueron ajustados y se anexaron dos elementos más, identificados como LNOLIDO1 y LNOLIDO2. Resultando finalmente en un total de 29 ítems para el estudio de esta variable. Cabe destacar que los ítems añadidos se tomaron del instrumento de Bass y Avolio (1994) denominado MLQ 5X versión corta.

El instrumento en su versión final se conformó por 104 ítems para evaluar las 3 variables de estudio (Ver el apéndice 2), asimismo, para su implementación se habilitaron dos plataformas digitales: *Google Forms* y *Jotform* (Ver el Apéndice 3) en las cuales la estructura del instrumento fue adaptada acorde a la interfaz de usuario. Los resultados se presentan en el capítulo siguiente.

Capítulo IV. Resultados

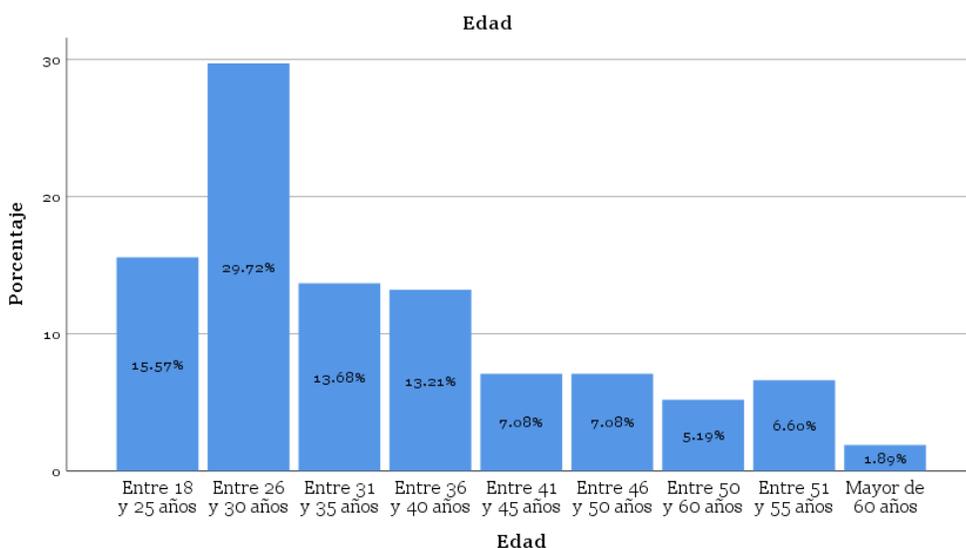
En este apartado se presentan los resultados derivados de los análisis pertinentes a la muestra de empresarias tabasqueñas que participaron en este estudio, para el cual se contó con una respuesta de 212 mujeres, quienes al momento del trabajo de campo contaban con las características de inclusión: tener un negocio propio con al menos seis meses de haber iniciado operaciones y cuya ubicación fuera en el estado de Tabasco.

Caracterización de la muestra

El párrafo describe las características de las participantes de un estudio. La mayoría de las participantes tienen entre 26 y 30 años (29.7%), viven en el municipio de Centro (72.2%), tienen un nivel de educación de preparatoria (37.3%), están casadas (37.3%) y no tienen hijos (40.1%). Además, tienen un dependiente económico (38%) que suele ser uno o varios hijos (42%). Para conocer las demás características, se pueden consultar las Figuras 12 a la 18.

Figura 12

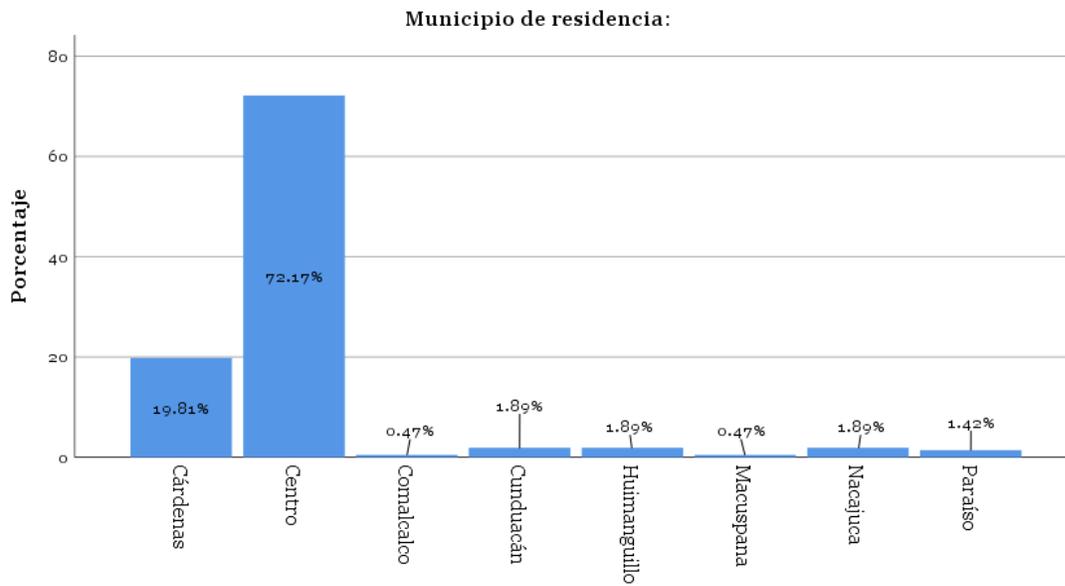
Edad de las participantes



Nota. Elaboración propia.

Figura 13

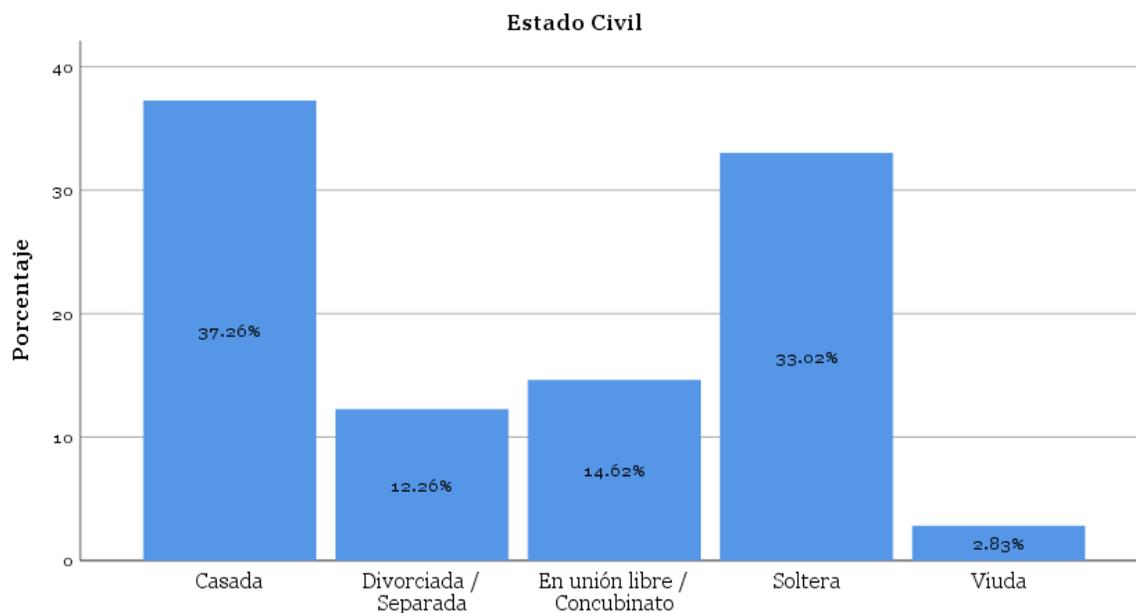
Municipio de residencia de las participantes



Nota. Elaboración propia.

Figura 14

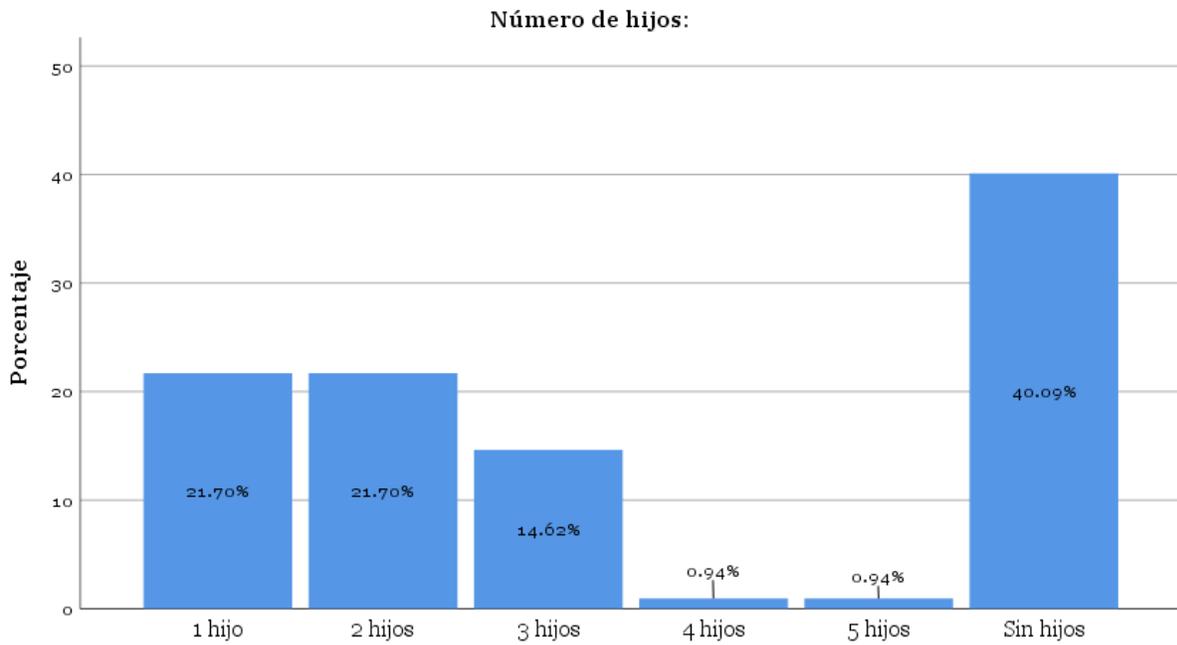
Estado civil de las participantes



Nota. Elaboración propia.

Figura 15

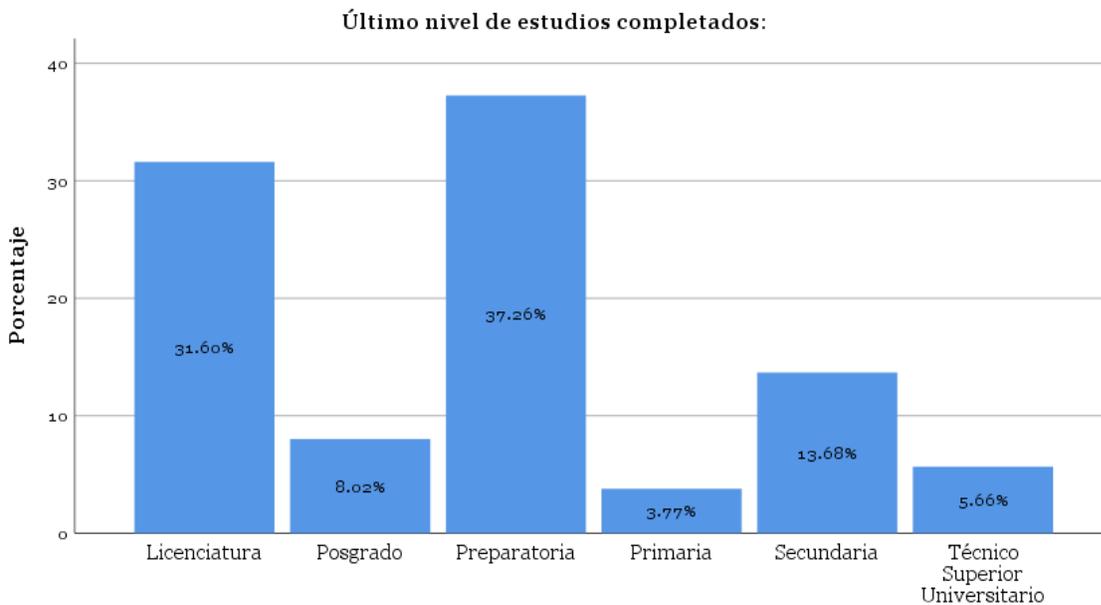
Número de hijos de las participantes



Nota. Elaboración propia.

Figura 16

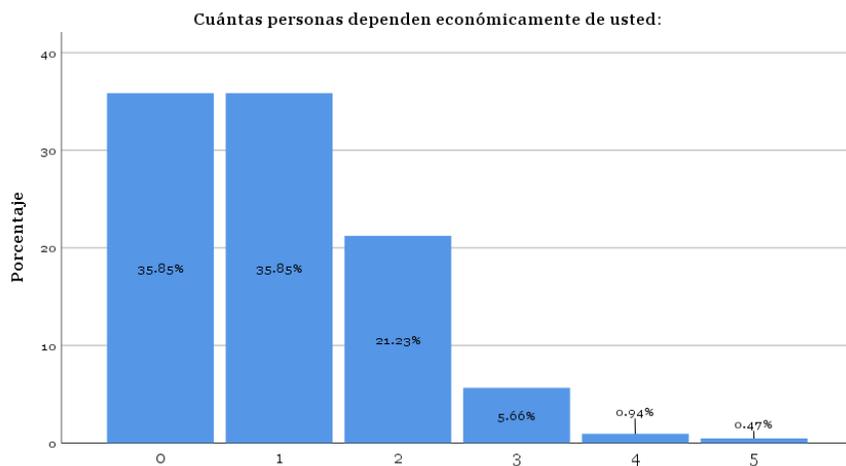
Último nivel de estudios de las participantes



Nota. Elaboración propia.

Figura 17

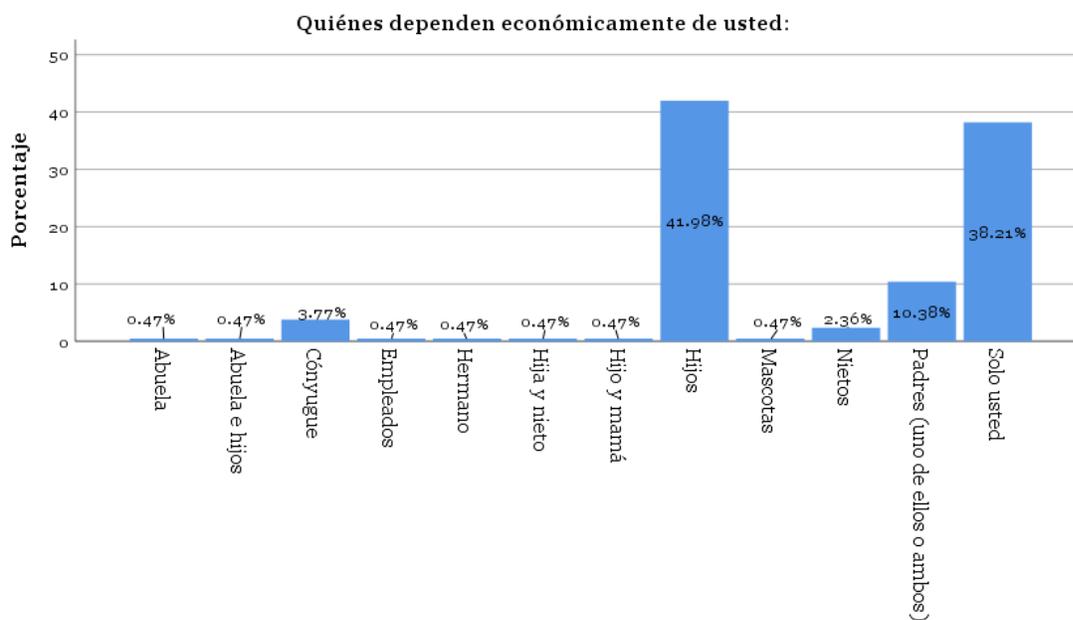
Cantidad de dependientes económicos de las participantes



Nota. Elaboración propia.

Figura 18

Dependientes económicos de las participantes



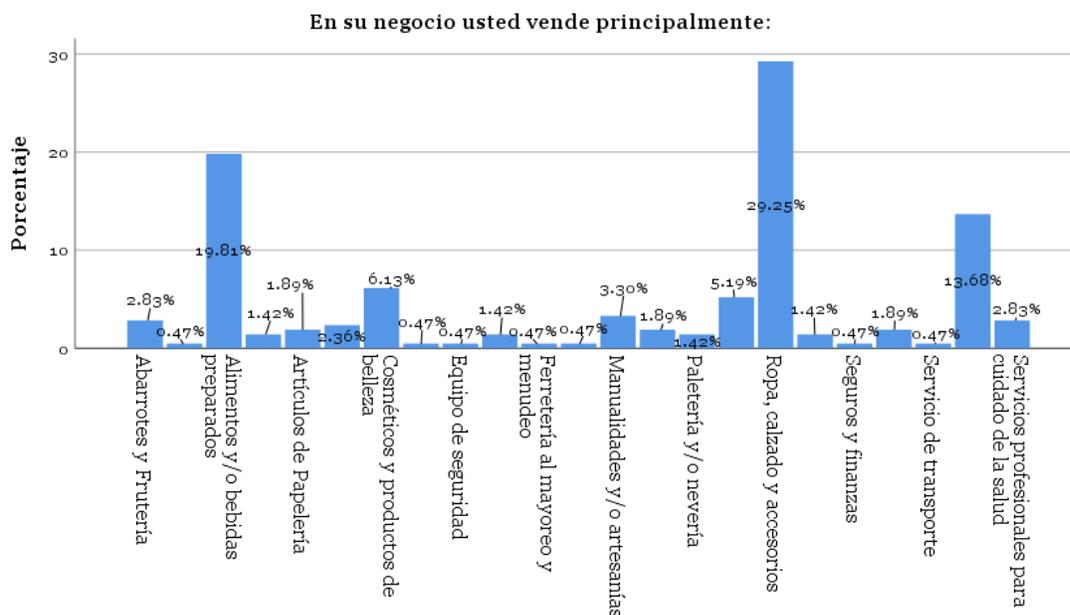
Nota. Elaboración propia.

Con respecto a las características de los negocios de las participantes, las empresarias mencionaron ofrecer principalmente ropa, calzado y accesorios (29.2%) así como tener con sus negocios entre seis meses y un año de antigüedad (28.3%) al momento del levantamiento de los

datos. En su mayoría mencionaron que no cuentan con empleados (72.6%) así como de no pertenecer a ninguna cámara de comercio o asociación formal (98.6%). Las demás características se presentan de la Figura 19 a la Figura 22.

Figura 19

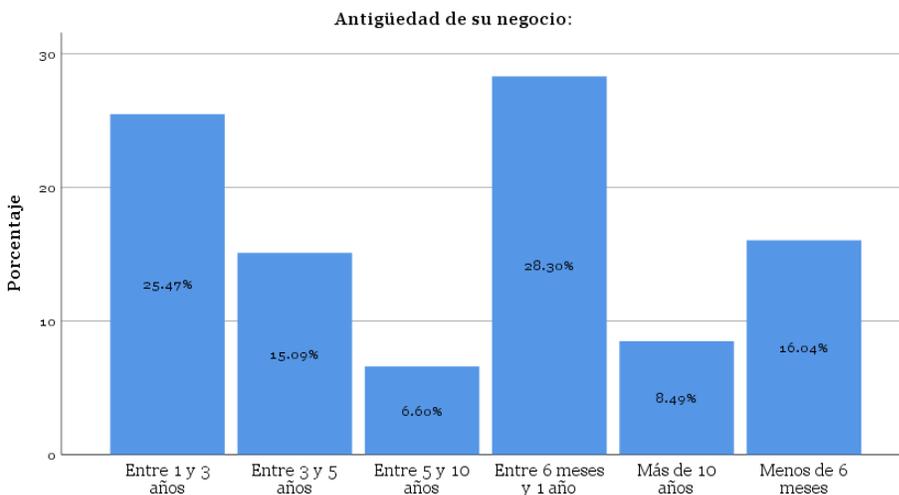
Productos o servicios que ofrecen las empresarias



Nota. Elaboración propia.

Figura 20

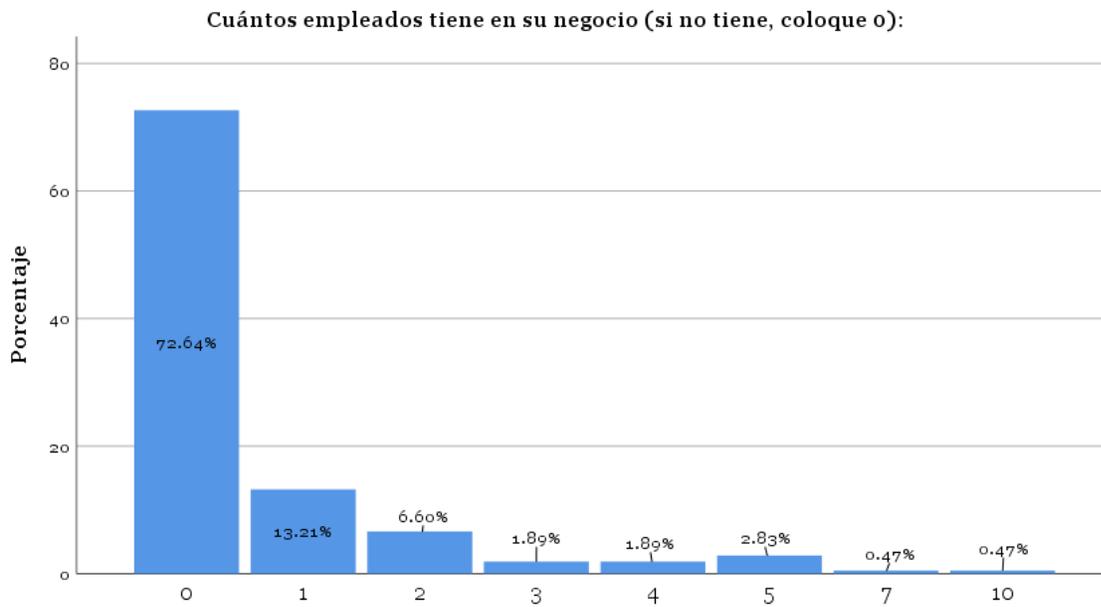
Antigüedad de los negocios de las participantes



Nota. Elaboración propia.

Figura 21

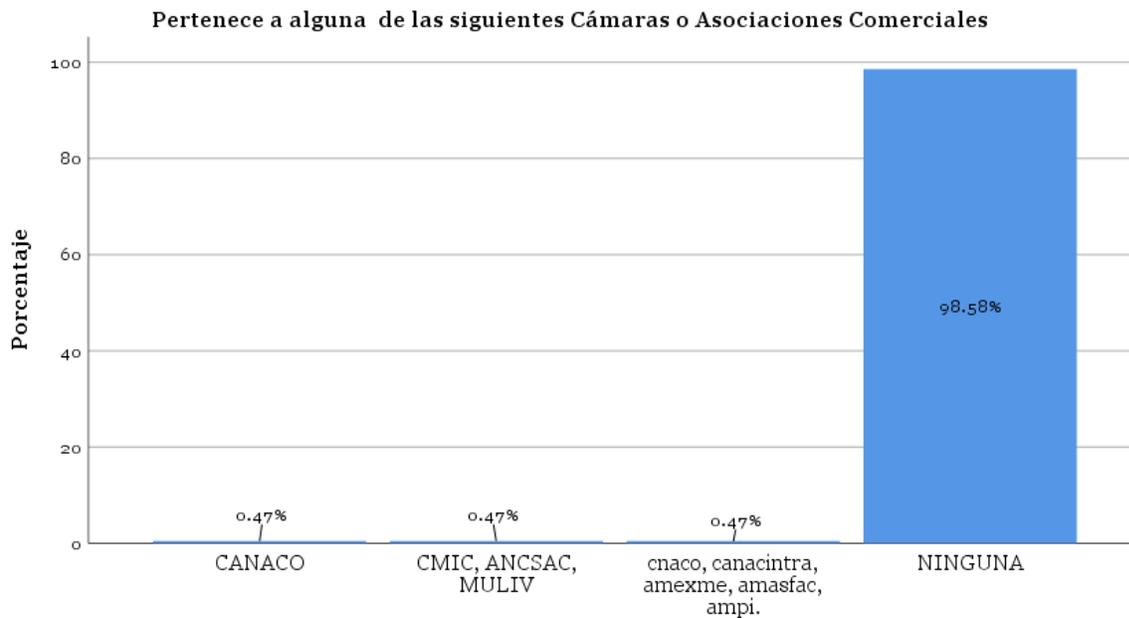
Empleados con los que cuentan las participantes en sus negocios



Nota. Elaboración propia.

Figura 22

Agrupaciones formales a las que están afiliadas las empresarias



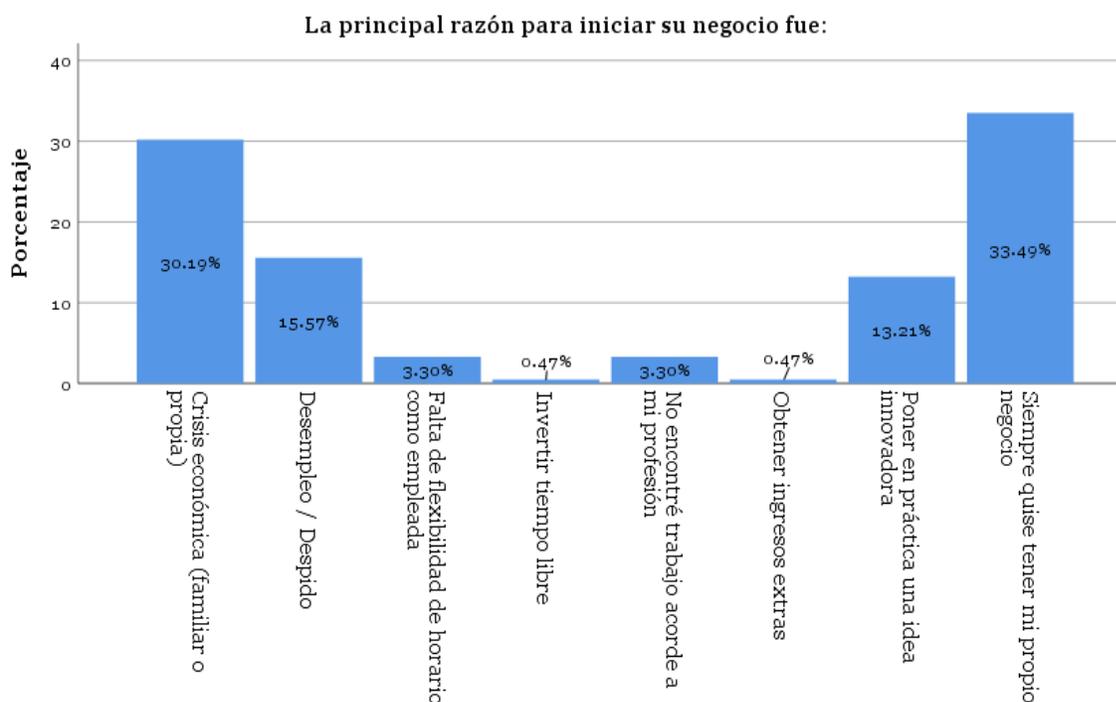
Nota. Elaboración propia.

Razones y retos detrás de los negocios de las participantes

Con respecto a las razones detrás de su emprendimiento, el 33.5% de las empresarias mencionó que siempre quiso tener su propio negocio (Ver la Figura 23). Como parte de los retos que tuvieron al inicio, se enfrentaron a la falta de recursos económicos para operar (58%) la dificultad para establecer la calidad de sus productos o servicios (47%) y la falta de experiencia en el manejo de su negocio (45%) como se aprecia en la Tabla 40.

Figura 23

Principal razón para iniciar un negocio propio



Nota. Elaboración propia.

Tabla 40

Retos que las empresarias enfrentaron al inicio de su negocio

Reto al inicio del negocio	%
He enfrentado escasez de recursos económicos para operar	58
He tenido dificultad para establecer la calidad del producto o servicio	47
Creo que me falta experiencia en el manejo de negocios	45

Reto al inicio del negocio	%
Considero que me falta experiencia en el manejo financiero y fiscal del negocio	30
Creo que me falta experiencia en crear estrategias de marketing (publicidad, desarrollo de productos o elección de clientes adecuados)	26
Me falta tiempo para atender actividades del hogar	26
Me es difícil equilibrar mi tiempo en el trabajo y la familia	24
Me falta energía para atender actividades sociales	23
Las preocupaciones por el negocio han interferido en mi vida personal	22
Me ha faltado apoyo de personas cercanas (familia y amigo)	19
He tenido problemas en mis relaciones familiares por atender el negocio	18
Tengo dificultad para el manejo de herramientas tecnológicas en el negocio	18
He tenido conflictos de pareja por el tiempo invertido en el negocio (en caso de tener pareja o haberla tenido durante el proceso de emprendimiento)	17
He tenido dificultad para establecer relaciones con los empleados (en caso de tenerlos)	12

Nota. Elaboración propia

En relación con los retos que las empresarias actualmente están enfrentando, éstos fueron la falta de experiencia para crear estrategias de marketing (50%) la falta de experiencia en el manejo financiero y fiscal del negocio (41%) y la dificultad para el manejo de herramientas tecnológicas en su empresa (40%) como se muestra en la Tabla 41.

Tabla 41

Retos que las empresarias enfrentan actualmente con su negocio

Reto actualmente	%
Creo que me falta experiencia en crear estrategias de marketing (publicidad, desarrollo de productos o elección de clientes adecuados)	50
Considero que me falta experiencia en el manejo financiero y fiscal del negocio	41
Tengo dificultad para el manejo de herramientas tecnológicas en el negocio	40
Me falta energía para atender actividades sociales	29
He enfrentado escasez de recursos económicos para operar	27
Creo que me falta experiencia en el manejo de negocios	27
Me falta tiempo para atender actividades del hogar	26
He tenido dificultad para establecer la calidad del producto o servicio	25
Me es difícil equilibrar mi tiempo en el trabajo y la familia	24
Las preocupaciones por el negocio han interferido en mi vida personal	22
Me ha faltado apoyo de personas cercanas (familia y amigo)	11
He tenido conflictos de pareja por el tiempo invertido en el negocio (en caso de tener pareja o haberla tenido durante el proceso de emprendimiento)	7

Reto actualmente	%
He tenido problemas en mis relaciones familiares por atender el negocio	6
He tenido dificultad para establecer relaciones con los empleados (en caso de tenerlos)	4

Nota.: Elaboración propia.

En cuanto a las dificultades con las que no se identificaron o que indicaron que no le aplicaba a su experiencia como empresaria, las participantes señalaron que no han tenido conflictos de pareja por el tiempo que han invertido en su negocio (77%) así como que no han tenido problemas en sus relaciones familiares por atenderlo (76%) y tampoco han experimentado la falta de apoyo de personas cercanas, como familiares y amigos (71%). En un porcentaje mayor a estas respuestas, indicaron que no han tenido dificultad para establecer relaciones con los empleados (84%) pero esta información se explica debido a que la mayoría de las empresarias no cuentan con personal (ver la Tabla 42).

Tabla 42

Dificultades que las empresarias no han experimentado.

Dificultades que no han experimentado	%
He tenido dificultad para establecer relaciones con los empleados (en caso de tenerlos)	84
He tenido conflictos de pareja por el tiempo invertido en el negocio (en caso de tener pareja o haberla tenido durante el proceso de emprendimiento)	77
He tenido problemas en mis relaciones familiares por atender el negocio	76
Me ha faltado apoyo de personas cercanas (familia y amigo)	71
Las preocupaciones por el negocio han interferido en mi vida personal	56
Me es difícil equilibrar mi tiempo en el trabajo y la familia	52
Me falta tiempo para atender actividades del hogar	48
Me falta energía para atender actividades sociales	48
Tengo dificultad para el manejo de herramientas tecnológicas en el negocio	42
Considero que me falta experiencia en el manejo financiero y fiscal del negocio	30
He tenido dificultad para establecer la calidad del producto o servicio	28
Creo que me falta experiencia en el manejo de negocios	28
Creo que me falta experiencia en crear estrategias de marketing (publicidad, desarrollo de productos o elección de clientes adecuados)	24
He enfrentado escasez de recursos económicos para operar	15

Nota. Elaboración propia.

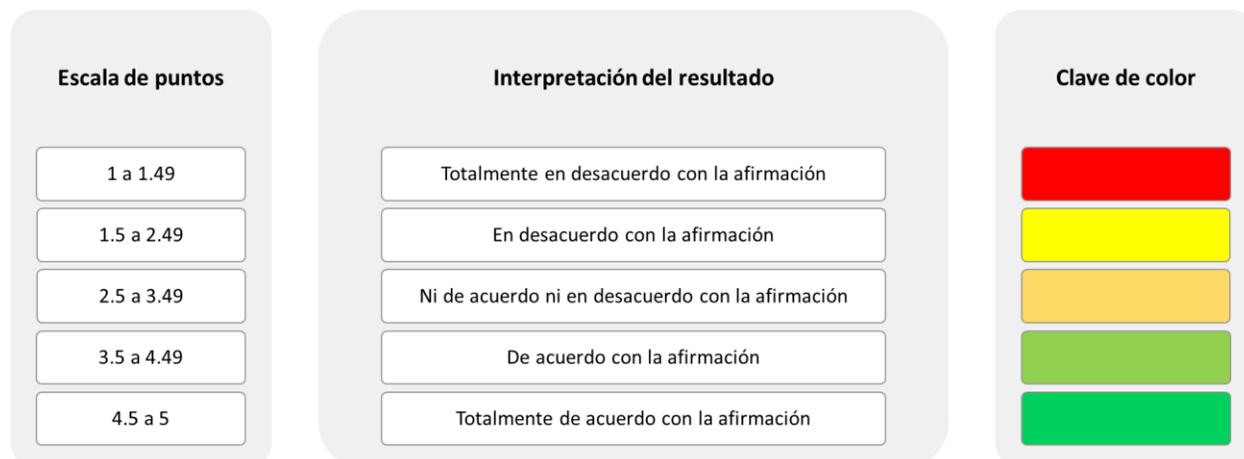
Datos descriptivos por variables de estudio

Como parte de las variables de estudio, se formularon ítems en un cuestionario para medir, por medio de afirmaciones, su grado de acuerdo o desacuerdo al respecto de los motivos de emprendimiento, del estilo de liderazgo que aplican y de las competencias emprendedoras que poseen, por lo que en los siguientes apartados se pueden observar el nivel de acuerdo conforme a cada una de las dimensiones y los indicadores de las variables mencionadas.

Para el análisis de estos datos se presentan figuras que contienen los ítems de cada dimensión, el promedio obtenido de las respuestas dadas, la desviación estándar, el significado conforme a la escala, el promedio de las respuestas de la dimensión y su interpretación con base en este promedio. Donde para facilitar la interpretación de los resultados cuantitativos, se utilizó la escala expresada en la Figura 24.

Figura 24

Escala para interpretar resultados cuantitativos.



Nota. Elaboración propia.

Variable Motivación

Obtención de ingresos. Como se puede observar, el promedio general para la dimensión Obtención de Ingresos es de 4.80, lo cual implica que las participantes están

totalmente de acuerdo con los elementos que las motivan a tener su negocio por la obtención de ingresos, como la creación de su propio trabajo (4.86), el incremento de sus ingresos y ventas (4.86) (Ver la Figura 25). Lo que puede interpretarse como el que las participantes están motivadas para crear su propio trabajo, incrementar sus ventas, buscando obtener un estilo de vida confortable y maximizar el crecimiento del negocio.

Figura 25

Resultados de la dimensión Obtención de Ingresos

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Busco obtener un estilo de vida confortable.	4.81	0.416	Totalmente de acuerdo	4.80	Totalmente de acuerdo
Busco maximizar el crecimiento del negocio.	4.65	0.709	Totalmente de acuerdo		
Me motiva incrementar mis ventas.	4.85	0.359	Totalmente de acuerdo		
Mi meta es incrementar mis ingresos.	4.85	0.396	Totalmente de acuerdo		
Me motiva crear mi propio trabajo.	4.86	0.419	Totalmente de acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Factores intrínsecos. Para la dimensión Factores Intrínsecos, el promedio general es de 4.79, lo cual implica que las participantes están totalmente de acuerdo con los elementos que las motivan a tener su negocio con base en factores intrínsecos, como el lograr su propio crecimiento por medio de su negocio (4.87) hasta alcanzar el reconocimiento por medio de éste (4.67) (Ver la Figura 26).

Estas respuestas pueden ser interpretadas como que las participantes están motivadas por probar que pueden lograr un negocio y lograr su crecimiento por medio de éste. Además de que al tenerlo estarían cumpliendo con un reto y esperan ser reconocidas por el mismo.

Figura 26

Resultados de la dimensión Factores Intrínsecos

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Para mí tener un negocio es cumplir con un reto	4.76	0.528	Totalmente de acuerdo	4.79	Totalmente de acuerdo
Me motiva probar que puedo lograr un negocio	4.85	0.372	Totalmente de acuerdo		
Me motiva que se me reconozca por mi negocio	4.67	0.685	Totalmente de acuerdo		
Me motiva lograr mi crecimiento por medio de mi negocio	4.87	0.353	Totalmente de acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Búsqueda de autonomía. De acuerdo con los resultados de la dimensión Búsqueda de Autonomía, el promedio general es de 4.62, lo cual indica que en promedio las participantes están totalmente de acuerdo con los elementos que las motivan a tener su negocio por la búsqueda de autonomía, como el ser su propio jefe (4.86) y mantener su libertad de horario por medio de su negocio (4.28) (ver la Figura 27).

De esta manera se puede interpretar que las participantes están motivadas por ser su propio jefe y tomar sus decisiones, además que por medio de su negocio pueden estar cerca de

su familia. Así también, indicaron que por medio de su negocio se divierten y pueden mantener una libertad de horario.

Figura 27

Resultados de la dimensión Búsqueda de Autonomía

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Me motiva tomar mis propias decisiones	4.84	0.389	Totalmente de acuerdo	4.62	Totalmente de acuerdo
Me motiva ser mi propio jefe	4.86	0.423	Totalmente de acuerdo		
Mi negocio me permite mantener mi libertad de horario	4.28	1.081	De acuerdo		
Mi negocio me permite estar cerca de mi familia	4.61	0.676	Totalmente de acuerdo		
Mi negocio me permite divertirme	4.49	0.829	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Seguridad Económica. Al respecto de los resultados de la dimensión Seguridad Económica, el promedio general es de 3.52, indicando que las participantes están de acuerdo con los elementos que las motivan a tener su negocio para alcanzar la seguridad económica, como el dejar su negocio como un legado (4.07) y tener estabilidad (3.91). Sin embargo, no tuvieron una postura definitiva sobre el considerar que su negocio les ayude para su retiro (3.16), así como el proveer trabajo a los miembros de su familia (2.95) (ver la Figura 28).

Se puede decir entonces que las empresarias piensan en la trascendencia al dejar su negocio como legado y también que el tener un negocio les da estabilidad laboral. Sin embargo,

están más o menos de acuerdo en la idea de que un negocio les puede ayudar a prepararse para el retiro y que puedan proveer trabajo a miembros de su familia.

Figura 28

Resultados de la dimensión Seguridad Económica

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Mi negocio me permite tener estabilidad laboral	3.91	1.279	De acuerdo	3.52	De acuerdo
Tener un negocio me ayuda a prepararme para mi retiro	3.16	1.635	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Proveo trabajo para miembros de mi familia	2.95	1.680	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Me motiva dejar un negocio como legado	4.07	1.271	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Variable Liderazgo

Liderazgo Transformacional, indicador Influencia Idealizada. Como parte de la dimensión Liderazgo Transformacional, las participantes indicaron que en promedio se encuentran de acuerdo al respecto del indicador Influencia Idealizada para esta dimensión, siendo el promedio de respuestas dadas de 4.07, lo cual implica que las participantes están totalmente de acuerdo sobre el percibir que hacen que los demás se sientan bien en su compañía (4.62) y que tienen fe en ellas (4.24). Sin embargo, no tuvieron una postura clara sobre el creer que los demás se sienten orgullosos de asociarse con ellas (3.34) (ver la Figura 29).

Es decir que, las empresarias consideran que las personas se sienten bien estando con ellas y que les tienen fe. No obstante, no están completamente de acuerdo sobre el sentimiento de orgullo al asociarse con ellas que los demás puedan tener.

Figura 29

Resultados del indicador Influencia Idealizada del Liderazgo Transformacional



Nota. Elaboración propia.

Liderazgo Transformacional, indicador Motivación Inspiradora. Al respecto del indicador Motivación Inspiradora, las participantes indicaron que en promedio se encuentran de acuerdo (3.54) es decir, las empresarias consideran tener confianza en que lograrán sus metas (4.11) tienen una visión positiva sobre el futuro y hablan animosamente sobre lo que se puede hacer para alcanzar los objetivos (3.55). No obstante, cuando se trata de su relación con los demás, no tienen una postura determinada sobre explicar claramente lo que se debe hacer (3.25, ni si ayudan a que otros encuentran sentido a su trabajo (3.0) (ver Figura 30).

Interpretándose como que las participantes tienen confianza en que lograrán sus metas, poseen una visión positiva y hablan con entusiasmo sobre el futuro y lo que hay que hacer para

alcanzar los objetivos. Sin embargo, expresaron estar más o menos de acuerdo sobre sus habilidades para explicar claramente lo que hay que hacer, así como al ayudar a los demás a encontrar sentido a su trabajo.

Figura 30

Resultados del indicador Motivación Inspiradora del Liderazgo Transformacional

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Explico claramente a los demás lo que podríamos y deberíamos hacer	3.25	1.725	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.54	De acuerdo
Hablo con entusiasmo sobre lo que hay que hacer para alcanzar los objetivos	3.55	1.687	De acuerdo		
Ayudo a los demás a encontrar sentido a su trabajo	3.00	1.591	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Tengo una visión positiva del futuro y ésta me motiva	3.79	1.219	De acuerdo		
Tengo confianza en que las metas se lograrán	4.11	1.426	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Liderazgo Transformacional, indicador Estimulación Intelectual. Conforme al indicador Estimulación Intelectual, las participantes no tuvieron una postura clara al respecto (3.25). Es decir, no se encuentran ni acuerdo ni en desacuerdo sobre volver a examinar soluciones para saber si son apropiadas a los problemas que se presenten (3.40) permitir la propuesta de nuevas formas para resolver problemas (3.27) el ofrecer nuevas perspectivas ante situaciones complejas (3.19) o promover la generación de nuevas ideas para mejorar el trabajo (3.15) (ver la Figura 31).

Entendiéndose como la necesidad de examinar si las soluciones obtenidas son apropiadas y el permitir que otros propongan soluciones. Así como ofrecer nuevas formas de análisis de situaciones complejas. También se puede entender por las respuestas sobre la necesidad de permitir que otras personas generen ideas para el trabajo.

Figura 31

Resultados del indicador Estimulación Intelectual del Liderazgo Transformacional

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Permito que otros propongan nuevas formas de resolver problemas	3.27	1.723	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.25	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Ofrezco a los demás nuevas maneras de mirar situaciones complejas	3.19	1.709	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Promuevo que las personas generen nuevas ideas para mejorar el trabajo	3.15	1.691	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Vuelvo a examinar las soluciones a los problemas para preguntarme si son apropiadas.	3.40	1.507	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Liderazgo Transformacional, indicador Consideración Individualizada. Al respecto del indicador Consideración Individualizada, las participantes no fijaron una postura (3.18). Pues tal como se puede observar, las respuestas se dieron de manera diversa y se distribuyó hacia ambos extremos (totalmente de acuerdo o totalmente en desacuerdo). A lo cual, en promedio no están de acuerdo ni en desacuerdo sobre dedicar tiempo para enseñar o entrenar a sus compañeros (3.33) ayudar a que los demás desarrollen sus fortalezas (3.22) dar atención a todos para que nadie se sienta excluido (3.15) o dedicar tiempo para hacer comentario sobre el trabajo de los demás (3.04) (ver la Figura 32).

Interpretándose de acuerdo con las respuestas de las empresarias, como la falta de dedicar tiempo para enseñar a los demás y ayudarles a desarrollar sus fortalezas. También como la falta dar mayor atención para que ningún miembro se sienta excluido y dedicar más tiempo a los demás para retroalimentar el trabajo que realizan.

Figura 32

Resultados del indicador Consideración Individualizada del Liderazgo Transformacional

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Ayudo a otros a desarrollar sus fortalezas	3.22	1.729	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.18	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Dedico tiempo a los demás para hacer comentarios sobre su trabajo	3.04	1.637	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Doy atención para que ningún miembro se sienta excluido	3.15	1.712	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Dedico tiempo para enseñar o entrenar a mis compañeros	3.33	1.668	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Liderazgo Transaccional, indicador Recompensa Contingente. Como parte de la dimensión Liderazgo Transaccional, las participantes indicaron que en promedio no se encuentran de acuerdo ni en desacuerdo al respecto del indicador Recompensa Contingente para esta dimensión, siendo 3.03 el promedio de las respuestas dadas. Lo cual implica que las participantes en promedio no tienen una postura clara sobre estar atentas a lo que otros pueden obtener con base en sus logros (3.17) ofrecer recompensas a otros cuando alcanzan sus metas (2.97) o decirles a los demás lo que deben hacer si quieren ser recompensados (2.95) (ver la Figura 33).

Donde de acuerdo con las respuestas se puede interpretar que no se da mayor atención a lo que los otros pueden obtener de acuerdo con sus logros. En este sentido, no se hacen comentarios a los demás sobre lo que deben hacer si quieren ser recompensados, así como a los reconocimientos que pueden obtener de alcanzar metas.

Figura 33

Resultados del indicador Recompensa Contingente del Liderazgo Transaccional

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Le digo a los otros qué hacer si quieren ser recompensados en su trabajo	2.95	1.660	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.03	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Ofrezco reconocimientos / recompensas cuando los demás alcanzan sus metas	2.97	1.629	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Estoy atenta a lo que otros pueden obtener de acuerdo con sus logros	3.17	1.702	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Liderazgo Transaccional, indicador Dirección por Excepción. Al respecto del indicador Dirección por Excepción para esta dimensión, las participantes indicaron que en promedio no se encuentran de acuerdo ni en desacuerdo, conforme al promedio de las respuestas (3.25). Es decir que las participantes en promedio están de acuerdo sobre dar especial atención a los errores si los estándares esperados se ven afectados (3.81) pero no tienen una postura definida sobre la realización de ajustes cuando las cosas comienzan a fallar (3.45) o sentirse satisfechas si los demás cumplen con las normas acordadas (3.28). En el mismo orden de ideas, tampoco tienen una postura clara con involucrarse en problemas serios cuando solo

ellas pueden resolverlos (3.37) o dar indicaciones para que todos hagan su trabajo de forma satisfactoria (3.16) (ver la Figura 34).

Interpretándose en que hay acuerdo entre las empresarias sobre dar atención cuando los estándares se ven afectados. Sin embargo, no estuvieron de acuerdo ni en desacuerdo sobre el realizar ajustes cuando las cosas comienzan a fallar, o el limitarse a intervenir cuando los problemas son muy serios. Así como de sentirse satisfechas cuando los otros se limitan a cumplir las normas y sobre dar indicaciones para que los demás hagan su trabajo satisfactoriamente

Figura 34

Resultados del indicador Dirección por Excepción del Liderazgo Transaccional

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Me siento satisfecha cuando los otros cumplen con las normas acordadas	3.28	1.759	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.25	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Realizo ajustes o cambios cuando noto que las cosas comienzan a fallar	3.45	1.636	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Doy indicaciones para que todos hagan su trabajo satisfactoriamente	3.16	1.698	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Me involucro cuando los problemas son tan serios que solo yo puedo resolverlos.	3.37	1.757	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Doy especial atención a los errores cuando se están viendo afectados los estándares esperados	3.81	1.592	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Laissez- Faire. Para obtener los resultados de esta dimensión, se realizaron ajustes a las respuestas de las participantes, invirtiendo los valores debido a que las afirmaciones se encontraban redactadas en un sentido negativo. En este sentido, se pudo obtener un promedio

de respuesta de 3.54, indicando que las empresarias están de acuerdo en no evitar la toma de decisiones (4.36) no se ausentan de manera recurrente cuando trabajan con otros (3.70) y no se limitan a dar su opinión solo cuando se les solicita (3.55). Sin embargo, tienen una postura menos clara, es decir que no están de acuerdo ni en desacuerdo sobre exigir solo lo indispensable a los demás (3.12) o dejar que otros trabajen de la forma en que se sientan más cómodos (2.95) (ver la Figura 35).

Es decir que existe acuerdo en las empresarias sobre el no evitar tomar decisiones, el no ausentarse recurrentemente al trabajar con otros y en no limitarse a emitir una opinión solo si se les solicita. Además, las empresarias no tuvieron una postura definida sobre el dejar que los demás trabajen como prefieran, así como en establecer límites y exigir solo lo indispensable al trabajar con otros.

Figura 35

Resultados de la dimensión Laissez-Faire.

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Dejo que los demás trabajen de la forma en que se sientan más cómodos.	2.95	1.716	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.54	De acuerdo
Doy mi opinión solo si se me solicita	3.55	1.518	De acuerdo		
Exijo solo lo indispensable cuando estoy trabajando con otros.	3.12	1.662	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Tiendo a ausentarme de manera recurrente cuando estoy trabajando con otros	3.70	1.471	De acuerdo		
Evito tomar decisiones	4.36	1.082	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Variable Competencias Emprendedoras

Espíritu Emprendedor. En general, el promedio para la dimensión de Espíritu Emprendedor es de 4.22. Esto sugiere que las participantes se encontraron de acuerdo con los rasgos asociados a esta competencia emprendedora, como esforzarse por ofrecer productos o servicios que superen las expectativas de los clientes (4.52) y tomar la iniciativa en vez de esperar a que las circunstancias las obliguen. El rasgo con el valor más bajo indica que las empresarias necesitan mejorar en la recopilación de información antes de comenzar un proyecto o tarea nueva (3.82), como se muestra en la Figura 36.

Los datos indican que las empresarias tienen un fuerte compromiso con la fabricación de productos de alta calidad y con tomar la iniciativa en su trabajo. Además, muestran disposición para buscar nuevas oportunidades de negocio y recabar información previa para nuevos proyectos.

Figura 36

Resultados de la dimensión Espíritu Emprendedor

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Actúo por mí misma antes de que las circunstancias me obliguen	4.47	0.840	De acuerdo	4.22	De acuerdo
Constantemente busco nuevos productos o servicios que me ayuden a mejorar mi trabajo	4.25	1.254	De acuerdo		
Aprovecho oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos	4.04	1.364	De acuerdo		
Me esfuerzo en fabricar un producto u ofrecer un servicio que considere cumple o rebasa las expectativas de mis clientes	4.52	0.995	Totalmente de acuerdo		
Recabo toda la información posible antes de comenzar una tarea o un proyecto nuevo	3.82	1.413	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Necesidad de Existir. el promedio general para la dimensión Necesidad de Existir, el cual es de 4.52. Esto indica que las participantes están totalmente de acuerdo con las características asociadas con esta competencia emprendedora, como hacer un gran esfuerzo para satisfacer a los demás en su trabajo (4.75), invertir en el presente para obtener beneficios en el futuro (4.60), asumir todos los riesgos que conlleva tener un negocio (4.44) y estar constantemente en busca de oportunidades de negocio en su entorno (4.30). Estas conclusiones se presentan en la Figura 37.

Los datos sugieren que las participantes tienen una fuerte necesidad de existir en el mundo empresarial, lo que se refleja en su disposición a invertir en su negocio, asumir riesgos y estar atentas a oportunidades de negocio. Además, tienen una actitud orientada a satisfacer a sus clientes y hacer un esfuerzo extra para lograrlo.

Figura 37

Resultados de la dimensión Necesidad de Existir

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Afronto todos los riesgos que implican tener un negocio	4.44	0.779	De acuerdo	4.52	Totalmente de acuerdo
Me es importante invertir ahora para obtener beneficios tiempo después	4.60	0.712	Totalmente de acuerdo		
Hago un gran esfuerzo para que mi trabajo deje satisfechos a los demás	4.75	0.530	Totalmente de acuerdo		
Constantemente observo oportunidades de negocio en el contexto en el que me encuentro	4.30	1.169	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Experiencia Técnica Previa. el promedio general fue de 4.04, lo cual indica que en términos generales, las empresarias participantes están de acuerdo con rasgos que definen esta competencia emprendedora. En particular, las participantes indicaron estar conscientes de sus fortalezas (promedio de 4.48). Asimismo, las empresarias expresaron estar conscientes de las necesidades que conlleva abrir un negocio (promedio de 4.37). También se observó que las empresarias cuentan con experiencia para elaborar los productos que ofrecen (promedio de 4.29). Sin embargo, las participantes no tuvieron una postura definida al respecto de poseer conocimientos sobre el entorno empresarial (promedio de 3.33) (ver la Figura 38).

Por tanto, se puede interpretar que existe acuerdo sobre el conocimiento de las fortalezas personales y de las necesidades que llevan a abrir un negocio. También sobre el contar con experiencia para la elaboración de los productos que ofrecen a los clientes, para operar y abrir un negocio. Sin embargo, falta mayor conocimiento sobre el entorno empresarial.

Figura 38

Resultados de la dimensión Experiencia Técnica Previa

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Tengo conocimientos para abrir un negocio	3.86	1.099	De acuerdo	4.04	De acuerdo
Tengo conocimientos para operar un negocio	3.94	1.020	De acuerdo		
Cuento con la experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que le ofrezco a mis clientes	4.29	1.047	De acuerdo		
Estoy consciente de las necesidades que llevan a abrir un negocio	4.37	0.874	De acuerdo		
Conozco el entorno empresarial	3.33	1.307	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Conozco mis fortalezas	4.48	0.751	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Tolerancia al Riesgo. El promedio general fue de 3.88. En particular, las participantes mencionaron actuar para reducir los riesgos (promedio de 4.08), lo que sugiere que son cautelosas y toman medidas para minimizar los riesgos que asumen en su negocio. También se observó que evalúan las alternativas antes de iniciar una actividad (promedio de 3.95) y controlan los resultados (promedio de 3.90). Sin embargo, el promedio más bajo se dio en la dimensión de calcular los riesgos intencionadamente (promedio de 3.80), lo que sugiere que podría haber oportunidades para mejorar en cuanto a la capacidad de asumir riesgos de manera calculada. (ver la Figura 39).

Es decir que, existe acuerdo entre las empresarias sobre actuar para reducir riesgos, evaluar todas las alternativas, calcular intencionalmente todos los inconvenientes y alternativas al iniciar una actividad; así como el controlar los resultados y sentirse atraídas por situaciones que conlleven un riesgo moderado.

Figura 39

Resultados de la dimensión Tolerancia al Riesgo

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Calculo los riesgos de manera intencional cuando inicio alguna actividad	3.80	1.192	De acuerdo	3.88	De acuerdo
Evalúo todas las alternativas al iniciar una actividad	3.95	1.070	De acuerdo		
Actúo para reducir los riesgos	4.08	0.982	De acuerdo		
Controlo los resultados cuando asumo riesgos	3.90	0.995	De acuerdo		
Me atraen las situaciones que conlleven un riesgo o reto moderado	3.67	1.221	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Trabajo Arduo. el promedio general fue de 3.82. Se observó que las empresarias están de acuerdo con hacer las cosas sin necesidad de que otros se los pidan (promedio de 4.41), lo cual sugiere que son proactivas y buscan oportunidades para mejorar su negocio de manera autónoma. Asimismo, las participantes indicaron estar de acuerdo en terminar su trabajo a tiempo (promedio de 4.12) y que el trabajo les da mayor satisfacción que el dinero (promedio de 4.01), lo cual sugiere que valoran el esfuerzo y el trabajo bien hecho por encima de las recompensas financieras. (ver la Figura 40).

Lo que puede ser interpretado como que el esmero en la realización de actividades que necesitan hacerse y sin que otros lo pidan, así como el terminar a tiempo son elementos con los que las empresarias se encuentran de acuerdo. No obstante, consideraron en menor medida que su rendimiento es mejor que el de otros y también que no tienden a enojarse si las cosas no son bien hechas cuando las hacen otras personas.

Figura 40

Resultados de la dimensión Trabajo Arduo

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Me esmero en realizar actividades que necesitan hacerse	4.55	0.717	Totalmente de acuerdo	3.82	De acuerdo
Termino mi trabajo a tiempo	4.12	1.023	De acuerdo		
Me enoja cuando las cosas no se hacen debidamente al hacerlas otras personas	2.97	1.574	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Hago lo que se necesita sin que otros me lo pidan	4.41	0.996	De acuerdo		
Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otros con quienes trabajo	2.87	1.603	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Creo que el trabajo me da mayor satisfacción que el dinero	4.01	0.993	De acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Capacidad para Reponerse y Aprender. Las empresarias participantes expresaron estar totalmente de acuerdo (4.50) con las afirmaciones que conforman esta dimensión, lo que sugiere que están dispuestas a tomar toda la responsabilidad por sus metas y a probar distintos enfoques para superar los inconvenientes que se les presenten. Están de acuerdo también en dedicar tiempo a hallar soluciones a problemas difíciles (4.45) y en hacer lo que sea necesario o cambiar su estrategia para enfrentar desafíos (4.41) (ver Figura 41).

En resumen, las empresarias valoran la importancia de asumir la responsabilidad y de ser flexibles en su enfoque para superar los obstáculos, aunque todavía necesitan trabajar en dedicar tiempo a encontrar soluciones y ajustar sus estrategias en consecuencia.

Figura 41

Resultados de la dimensión Capacidad para Reponerse y Aprender

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Cuando enfrento un problema difícil, invierto tiempo en encontrar la solución más conveniente posible	4.45	0.872	De acuerdo	4.50	Totalmente de acuerdo
Hago todo lo necesario o cambio de estrategia para hacer frente a un reto u obstáculo	4.41	0.835	De acuerdo		
Asumo toda la responsabilidad en el logro de mis metas y objetivos	4.62	0.653	Totalmente de acuerdo		
Intento diferentes formas de superar obstáculos que se interpongan en el logro de mis metas	4.50	0.751	Totalmente de acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Capacidad para trabajar con otros. Las empresarias participantes indicaron en promedio estar de acuerdo (3.62) con las afirmaciones de esta dimensión. Esto implica que están de acuerdo en apoyarse en personas clave para lograr sus objetivos (4.06), convencer a los

demás para que apoyen sus recomendaciones (3.89), desarrollar y mantener un grupo de contactos comerciales (3.72), y hacer uso de estrategias que persuadan e influyan a otros para alcanzar sus objetivos (3.54). Sin embargo, no tienen una postura clara sobre la insistencia repetida para que otros hagan lo que ellas quieren (2.91).

Esto sugiere que la colaboración y la construcción de redes son habilidades en las que se sienten cómodas, pero que no tienen la misma disposición para insistir repetidamente en sus demandas. En general, la competencia para trabajar con otros parece ser una habilidad en la que se sienten cómodas, pero que necesitan desarrollar aún más.

Figura 42

Resultados de la dimensión Capacidad para Trabajar con Otros

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Hago uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros	3.54	1.493	De acuerdo	3.62	De acuerdo
Me apoyo en personas clave para alcanzar mis objetivos	4.06	1.171	De acuerdo		
Desarrollo y mantengo una red de contactos de negocios	3.72	1.314	De acuerdo		
Convenzo a los demás para que apoyen mis recomendaciones	3.89	1.130	De acuerdo		
Insisto varias veces para conseguir que otros hagan lo que quiero que hagan	2.91	1.434	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Credibilidad. Sobre la dimensión Credibilidad, en promedio las participantes su grado de acuerdo (3.76) señalando que están totalmente de acuerdo en cumplir las promesas que hacen (4.64) y se esfuerzan de forma extraordinaria para realizar su trabajo (4.62). No obstante, no tuvieron una postura definida al respecto de los elementos que involucran su relación con otros, como en valorar la buena voluntad de los demás por sobre las ganancias en el corto plazo

(3.21), en colaborar (3.17) y en ponerse en el lugar de los compañeros para terminar un trabajo si fuera necesario (3.17) (ver la Figura 43).

Lo que puede ser interpretado como que el esforzarse de manera extraordinaria para realizar su trabajo y cumplir las promesas que hace son elementos con los que están totalmente de acuerdo. Sin embargo, se identificó que les falta valorar la voluntad de los demás sobre las ganancias, así como colaborar con ellos y ponerse en lugar de los compañeros para terminar un trabajo.

Figura 43

Resultados de la dimensión Credibilidad

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Me esfuerzo de manera extraordinaria para realizar mi trabajo	4.62	0.767	Totalmente de acuerdo	3.76	De acuerdo
Colaboro con mis compañeros	3.17	1.729	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Me pongo en el lugar de mis compañeros para terminar un trabajo de ser necesario	3.17	1.724	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Valoro la buena voluntad de los demás en el trabajo, por encima de las ganancias en el corto plazo	3.21	1.719	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Cumplo las promesas que hago	4.64	0.642	Totalmente de acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Priorizar. En promedio, las empresarias están de acuerdo (3.82) en fijarse metas personales desafiantes y significativas (4.37), tener una visión clara a largo plazo (4.27) y fijar objetivos con frecuencia (3.70). Sin embargo, no tienen una opinión clara sobre la planificación de grandes proyectos divididos en tareas más pequeñas (3.41) y medir los objetivos con frecuencia (3.35) (ver Figura 44).

Interpretándose como que el fijarse metas y objetivos que tienen significado personal, así como tener una visión clara y específica de lo que quieren a largo plazo son elementos con los que se encuentran de acuerdo las empresarias. Sin embargo, les hace falta planificar un proyecto dividiéndolo en tareas y medir frecuentemente los objetivos.

Figura 44

Resultados de la dimensión Priorizar

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Me fijo metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto	4.37	0.943	De acuerdo	3.82	De acuerdo
Tengo una visión clara y específica de lo que quiero a largo plazo	4.27	0.933	De acuerdo		
Me fijo objetivos frecuentemente	3.70	1.402	De acuerdo		
Mido los objetivos frecuentemente	3.35	1.477	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Planifico un gran proyecto, dividiéndolo en tareas más pequeñas	3.41	1.365	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Familia y Negocio. Las empresarias indicaron que están de acuerdo en promedio (3.99) con considerar que la familia y el negocio son importantes para ellas (4.71), prestan atención a los demás cuando les hablan (4.56) y les es importante la imagen que proyectan a la comunidad (4.53). También están de acuerdo en considerar que el negocio es un patrimonio familiar (3.99). No obstante, no tienen una opinión determinada sobre si la familia debe ser parte del negocio para que funcione mejor (3.11) o si planean traspasar el negocio a sus hijos en el futuro (3.04) (ver Figura 45).

Por tanto, para las empresarias la familia y el negocio son igual de importantes para ellas, además se presta atención a los demás y les es importante la imagen que proyectan a la comunidad. Sin embargo, hay una polarización más presente en cuanto al considerar al negocio como patrimonio familiar, así como al involucrar más a la familia en el negocio y a la necesidad de consolidar su empresa para que sea traspasada a la siguiente generación.

Figura 45

Resultados de la dimensión Familia y Negocio

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Le presto toda la atención a los demás cuando hablan conmigo	4.56	0.736	Totalmente de acuerdo	3.99	De acuerdo
Considero que mi familia y el negocio son importantes para mí	4.71	0.651	Totalmente de acuerdo		
En el futuro, pienso traspasar el negocio a mis hijos (en caso de tenerlos)	3.04	1.644	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Considero que tener un negocio es un patrimonio familiar	3.99	1.442	De acuerdo		
Me importa la imagen que proyecto a la comunidad	4.53	0.718	Totalmente de acuerdo		
Considero que la familia debe formar parte de un negocio para que funcione mejor	3.11	1.537	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Profesionalismo del Emprendedor. Las empresarias están de acuerdo en promedio (3.90) en confiar en sí mismas para terminar tareas difíciles (4.66), buscar independencia al evitar el control de los demás (4.15) y planificar tareas grandes en pequeñas con plazos de finalización (3.65). Sin embargo, no tienen una opinión clara sobre hacer seguimiento a los planes para revisar los resultados y las condiciones del entorno (3.18) y mantener un registro de sus actividades para apoyar la toma de decisiones (3.12) (ver Figura 46).

Datos que permiten inferir que la confianza que tienen las empresarias en sí mismas y el pensar que puedan tener éxito en cualquier actividad que realicen son rasgos con los que se encuentran totalmente de acuerdo. También demostraron acuerdo sobre la búsqueda de independencia y la planificación de tareas grandes en pequeñas con plazos de finalización. Sin embargo, se puede identificar que hay carencia en el seguimiento de los planes para evaluar sus resultados y en el mantenimiento de registros para el apoyo en la toma de decisiones.

Figura 46

Resultados de la dimensión Profesionalismo del Emprendedor

Ítem	Resultado por ítem	Desviación estándar	Significado individual según la tabla	Media por dimensión	Significado promedio según la tabla
Busco independencia, evitando el control por las reglas y normas de los demás	4.15	1.107	De acuerdo	3.90	De acuerdo
Confío en mí misma para terminar una tarea difícil o enfrentarme a un reto	4.66	0.638	Totalmente de acuerdo		
Planifico tareas grandes en más pequeñas con plazos de finalización	3.65	1.350	De acuerdo		
Hago un seguimiento de mis planes para revisar resultados y las nuevas condiciones del entorno	3.18	1.459	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Mantengo un registro de mis actividades y me apoyo de estos registros para tomar decisiones	3.12	1.515	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
Confío en que puedo tener éxito en cualquier actividad que decida realizar	4.66	0.538	Totalmente de acuerdo		

Nota. Elaboración propia.

Análisis Factorial Exploratorio

Como parte del análisis de los datos, se realizó la validación de los constructos a través del análisis factorial exploratorio (AFE) con método de extracción de máxima verosimilitud, rotación varimax y normalización Kaiser (López-Aguado y Gutiérrez-Provecho, 2019, IBM, 2021). No obstante, previo a la realización del AFE se calcularon las medidas de ajuste de la

muestra por medio del índice Kaiser Meyer Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett, obteniendo para cada constructos los valores que se presentan en la Tabla 43.

Tabla 43

KMO y prueba de esfericidad de los constructos para factorización

Constructo	KMO	Prueba de esfericidad de Bartlett
Motivación	0.813	$X^2=1585.310$, $gl=153$, $p\leq .000$
Liderazgo	0.969	$X^2=8878.244$, $gl=406$, $p\leq .000$
Competencias Emprendedoras	0.876	$X^2=8396.281$, $fl=1596$, $p\leq .000$

Nota. Elaboración propia.

Donde a partir de los datos se pudo comprobar que la matriz de correlaciones es apta para realizar la factorización de cada uno de los constructos al no ser considerados los valores como propios de una matriz de identidad (Fernández, et al., 2010; Moral, 2011). En este sentido, para el constructo Motivación se determinaron cuatro factores los cuales explicaron el 51.482% de la varianza total (*VT*); con respecto al constructo Liderazgo se pudieron determinar dos factores explicando el 63.59% de la *VT*. Finalmente, para el constructo Competencias Emprendedoras se determinaron 11 factores que explicaron el 58.424% de la *VT*.

Con respecto a la estructura de las cargas factoriales para el constructo Motivación los 18 ítems se agruparon en $F_1=9$, $F_2=4$, $F_3=3$ y $F_4=2$; resultados que respetan la cantidad de factores de la teoría, pero no la distribución de ítems por cada dimensión, distando de lo propuesto por López et al., (2016).

Para el constructo Liderazgo los 29 ítems se agruparon en dos factores, siendo el F_1 quien concentró el mayor número de elementos (20) y los restantes se agruparon en el F_2 (2). Es importante señalar que dos de los elementos no alcanzaron la carga factorial mínima aceptable (>0.300), por lo que no fueron considerados dentro de los factores. Así también, los cinco elementos que representaban a la dimensión Laissez-Faire tuvieron cargas negativas, quedando fuera del AFE. Los resultados distan por completo de lo propuesto por Bass y Avolio

(1997) pues los factores agruparon a elementos que representaban a todos los indicadores, por lo que para esta población no hay una definición clara de un estilo de liderazgo.

Finalmente, para el constructo Competencias Emprendedoras los elementos se agruparon en 11 factores, respetándose la asignación propuesta por Palacios (1999) no obstante, los ítems que los integraron no respetaron la distribución propuesta por el autor, resultando de la siguiente manera: F1=20, F2=14, F3=6, F4=6, F5=1, F6=2, F7=2, F8=2, F9=1, F10=1, F11=1. Los factores por constructos se pueden consultar en los apéndices 4a, 4b y 4c.

Análisis factorial confirmatorio

Con el fin de contrastar el análisis factorial exploratorio, los datos obtenidos del trabajo de campo fueron procesados por medio del modelado por ecuaciones estructurales, para lo cual, los 22 factores correlacionados bajo el método de máxima verosimilitud permitieron la medición de los tres constructos de estudio: motivación, liderazgo y competencias emprendedoras. Los 22 factores se distribuyeron de la siguiente manera: cuatro para motivación, siete para liderazgo y 11 para competencias emprendedoras. Es importante señalar que el AFC fue realizado durante el proceso de análisis de los datos del trabajo de campo en la muestra final, razón por la cual, dichos resultados son pertinentes de incluir en este apartado, pues las respuestas obtenidas en el pilotaje no fueron suficientes para ser llevado a cabo.

Por medio del análisis factorial confirmatorio (AFC) se analizaron los índices de ajuste de cada constructo para demostrar la validez convergente y discriminante de los mismos, identificándose que los tres constructos no son válidos para la población de estudio de acuerdo con la propuesta original de los autores ya que muestran valores de significancia para Chi-cuadrada de .000; siendo no aceptables. Sin embargo, por medio los criterios de ajuste de bondad para modelos bajo ecuaciones estructurales se analizaron los índices de discrepancia (CMIN/DF), los errores cuadráticos de aproximación promedio (RMSEA), los índices de bondad de ajuste corregidos (GFI), los índices comparativos de ajuste (TLI), los índices de ajuste

comparativos (CFI) y la raíz del residuo cuadrático promedio (RMR) de cada constructo, los cuales se describen en la Tabla 44.

Esto con el fin de identificar la parsimonia de cada modelo, es decir, los grados requeridos para el ajuste de cada coeficiente estimado en los modelos propuestos. Para lo cual, se presentan en la siguiente tabla los valores estimados necesarios y que sirvieron como referencia para lograr la parsimonia de los constructos e integrar el modelo teórico.

Tabla 44

Índices de ajuste esperados para un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) por medio del análisis factorial confirmatorio (AFC)

Índice	Criterio Esperado
Discrepancia entre X^2 y grados de libertad (CMIN/DF)	≤ 5
Índice de ajuste ponderado	0.90 - 1
Índice de bondad de ajuste (GFI)	0.90 - 1
Índice residual de la raíz cuadrada media (RMR)	Lo más cercano a 0
Error cuadrático medio de aproximación (RMSEA)	$\leq 0.05 / 0.080$
Índice de ajuste comparativo (CFI)	0.90 - 1
Índice no normalizado de ajuste (TLI)	0.90 - 1
Índice de significancia estadística (<i>p value</i>)	≤ 0.05

Nota. Elaboración propia con base en Bentler (1990) Browne y Cudek (1993) Levy y Varela (2008) Padilla (2019).

Constructo Motivación

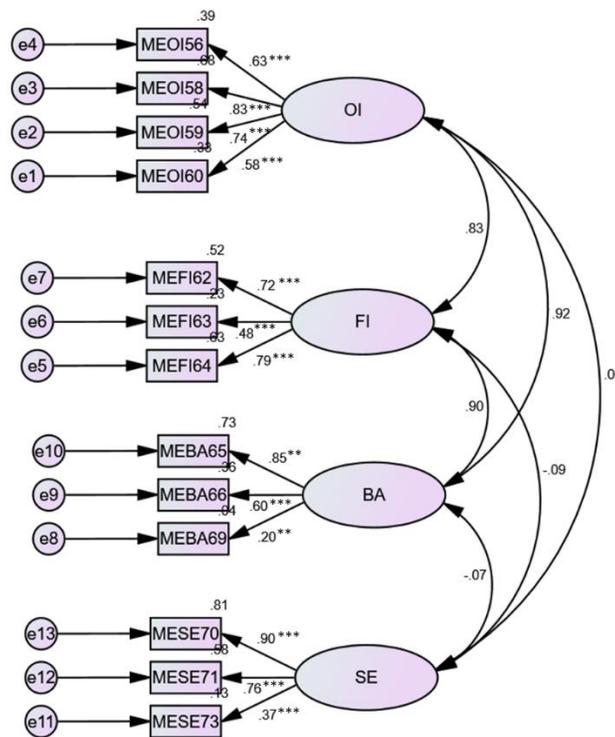
Para el constructo Motivación, compuesto originalmente por 18 ítems, al realizar el AFC se pudo identificar que, para obtener una bondad de ajuste adecuada fue necesaria la eliminación de 5 ítems: MEOI57 de Obtención de Ingresos, MEFI 61 de Factores Intrínsecos, MEBA 67 y MEBA 68 de Búsqueda de Autonomía y MESE72 de Seguridad Económica.

Resultando el ajuste del modelo para este constructo con una razón de discrepancia de 1.190, $p=0.001$, y con índices RMR=0.043, CFI=0.938, GFI= 0.925, TLI=0.918 y RMSEA=0.069. Valores que permiten señalar que el modelo ajusta correctamente cuando se están analizando constructos que miden aptitudes y actitudes en las ciencias sociales (Padilla,

2019). (Ver la Figura 47) En este sentido, los factores y la distribución de estos permite señalar que hay concordancia entre la teoría propuesta por López et al., (2016) y los datos obtenidos para el estudio.

Figura 47

Coefficientes estandarizados para medir el constructo Motivación



Nota: razón de discrepancia de 1.190, $p=0.001$, $RMR=0.043$, $CFI=0.938$, $GFI=0.925$, $TLI=0.918$, $RMSEA=0.069$.

Nota: * $p<.05$, ** $<.01$, *** $<.001$

Nota. Elaboración propia.

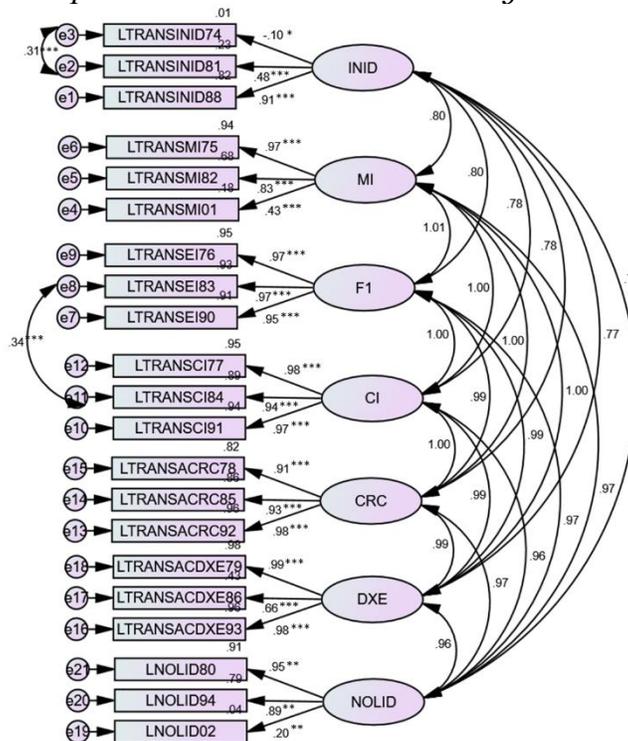
Constructo Liderazgo

En el caso del constructo Liderazgo, el cual se compuso de 29 ítems, fue necesaria la eliminación de ocho elementos para poder alcanzar una bondad de ajuste adecuada, siendo los eliminados: LTRANSMI89 y LTRANSMIO2 de Motivación Inspiradora, LTRANSEIO1 de Estimulación Intelectual, LTRANSCIO1 de Consideración Individualizada, LTRANSACDXEO1 y LTRANSACDXEO2 de Dirección por Excepción, así como LNOLID87 y LNOLIDO1 de Laissez-

Faire. Asimismo, se identificó que existían correlaciones fuertes entre los ítems LTRANSINID74 y LTRANSINID81 de Influencia Idealizada y entre los ítems LTRANSEI83 de Estimulación Intelectual con LTRANSCI84 de Consideración Individualizada. Resultando el ajuste del modelo con una razón de discrepancia de 2.121, $p=0.001$, y con índices $RMR=0.056$, $CFI=0.974$, $GFI=0.867$, $TLI=0.968$ y $RMSEA=0.073$. Los cuales señalan que el modelo ajusta correctamente (Padilla, 2019) (Ver la Figura 48).

Figura 48

Coefficientes estandarizados para medir el constructo Liderazgo



Nota: razón de discrepancia de 2.121, $p=0.001$, $RMR=0.056$, $CFI=0.974$, $GFI=0.867$, $TLI=0.968$, $RMSEA=0.073$

Nota: * $p<.05$, ** $<.01$, *** $<.001$

Nota. Elaboración propia.

Tal como se puede apreciar, y al respecto de lo propuesto por Bass y Avolio (1997) hay concordancia entre la teoría y los elementos que la componen con la información obtenida en este estudio.

Constructo Competencias Emprendedoras

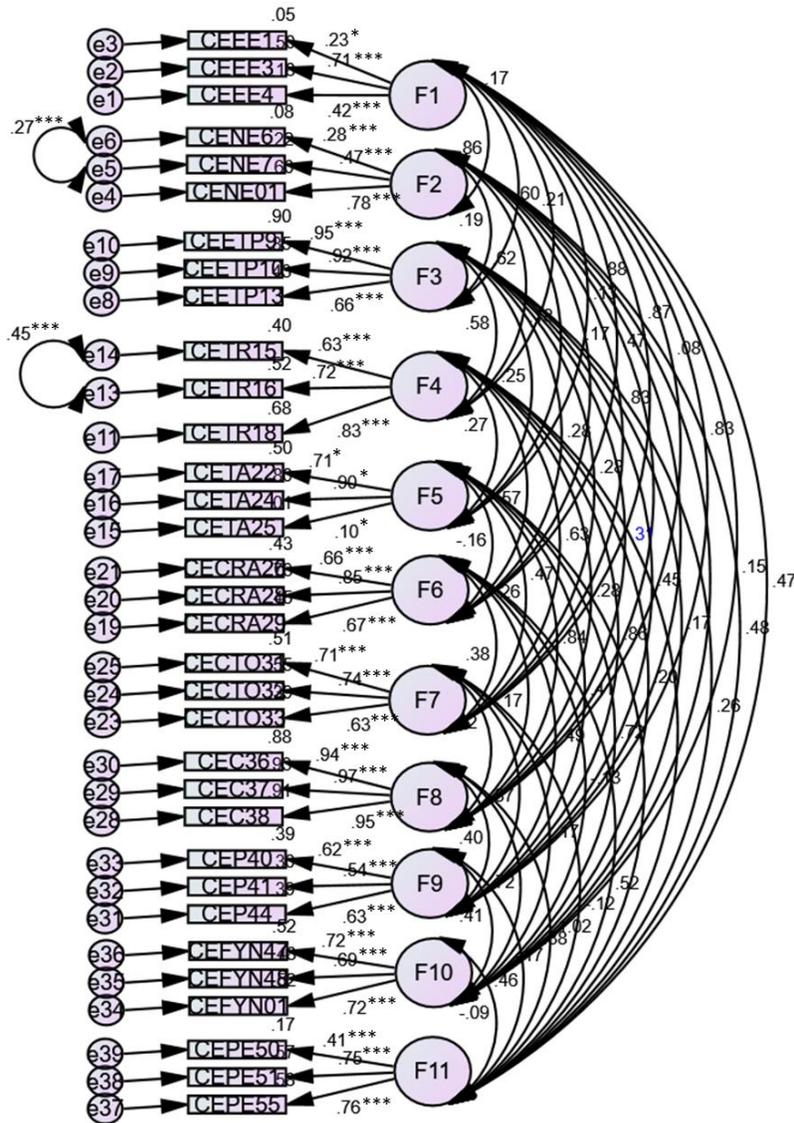
Para el constructo Competencias Emprendedoras se integraron 57 ítems, sin embargo, para poder alcanzar la bondad de ajuste del modelo se debieron eliminar 24 ítems para poder alcanzar índices de ajuste de bondad aceptables. Siendo los elementos eliminados los siguientes: CEE2 y CEE5 de Espíritu Emprendedor, CENE8 de Necesidad de Existir, CEETP11, CEETP12 y CEETP14 de Experiencia Técnica Previa, CETR17 y CETR19 de Tolerancia al Riesgo, CETA20, CETA21 y CETA23 de Trabajo Arduo, CECRA27 de Capacidad para Reponerse y Aprender, CECTO30 y CECTO34 de Capacidad para Trabajar con Otros, CEC35 y CEC39 de Credibilidad, CEP42 y CEP43 de Prioridad, CEFYN45, CEFYN46 y CEFYN49 de Familia y Negocio; así como CEPE52, CEPE53 y CEPE54 de Profesionalismo del Emprendedor.

Se identificó también que existían correlaciones fuertes entre los ítems CENE6 y CENE7 de Necesidad de Existir y entre los ítems CETR15 y CETR16 de Tolerancia al Riesgo, por lo que se realizaron las contracciones de los ítems pertinentes resultando el ajuste del modelo con una razón de discrepancia de 1.955, $p=0.001$ y con índices RMR=108, CFI=0.888, GFI= 0.803, TLI=0.865 y RMSEA=0.067, los cuales señalan que el modelo ajusta correctamente, lo que concuerda con Padilla (2019) en cuanto a los criterios de bondad de ajuste para modelos estructurales.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se pudo determinar que la teoría concuerda con los datos de este estudio, pues se mantuvieron las 11 dimensiones propuestas por Palacios (1999). El modelo resultante se puede observar en la Figura 49.

Figura 49

Coefficientes estandarizados para medir el constructo Competencias Emprendedoras



Nota: razón de discrepancia de 1.955, $p=0.001$, $RMR=108$, $CFI=0.888$, $GFI=0.803$, $TLI=0.865$
 $RMSEA=0.067$.

Nota: * $p<.05$, ** $<.01$, *** $<.001$

Nota. Elaboración propia.

Respuesta a las hipótesis de investigación por análisis multivariante

Con base en los modelos generados a través de las ecuaciones estructurales para los constructos, se procedió a realizar los análisis pertinentes a la técnica multivariante mediante el programa estadístico AMOS 24, con el fin de comprobar las hipótesis propuestas. Para ello, previamente se realizó la propuesta de un modelo teórico que permitiera delimitar las dimensiones que compusieron cada una de las variables, así como los ítems pertinentes conforme a la teoría consultada, y los cuales permitieron obtener la información de las participantes del estudio.

En este orden de ideas, se procedió a elaborar el modelo de ecuaciones estructurales que permitiera identificar la relación entre las variables motivación, liderazgo y competencias emprendedoras, con el fin de comprobar las hipótesis propuestas:

- H1. La motivación se relaciona positiva y significativamente con las competencias emprendedoras
- H2. El liderazgo se relaciona positiva y significativamente con las competencias emprendedoras

En el caso de la primera hipótesis de investigación, se identificó que existe una relación positiva de la variable motivación sobre la variable competencias emprendedoras. Sin embargo, dicha relación no es significativa (0.48) en esta población. Con respecto a la segunda hipótesis, se pudo identificar la existencia de una relación positiva del liderazgo sobre las competencias emprendedoras, no obstante, esta relación tampoco fue significativa (0.36). En este sentido, aunque la relación de la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras fue positiva, éstas no fueron significativas, lo cual se puede interpretar que, aunque la motivación y el liderazgo no contribuyen significativamente a las competencias emprendedoras que poseen las empresarias tabasqueñas, sí se relacionan con éstas.

En el caso de los resultados obtenidos para la variable Motivación, la dimensión Búsqueda de Autonomía (1.00) fue el factor que mejor explicó la variable. Sin embargo, la dimensión Seguridad Económica para esta población reportó un comportamiento negativo (-.005) siendo el factor que puede no estar explicando correctamente al constructo.

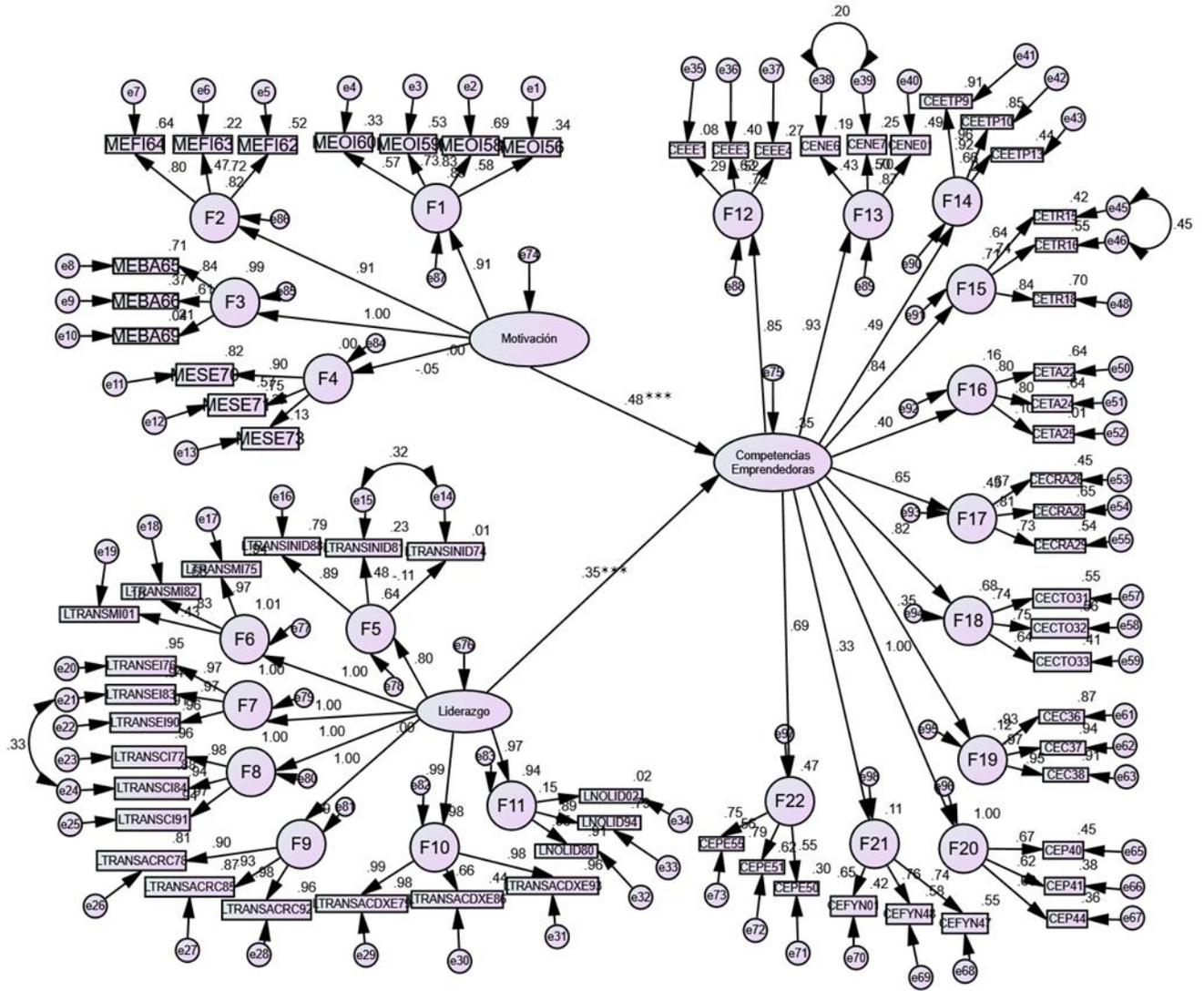
De esta manera, puede verse que existen motivos que impulsan el comportamiento emprendedor de las empresarias, así como factores motivacionales que favorecen al desarrollo del emprendimiento en las mujeres, tales como la búsqueda de autonomía, los factores internos, el contar con redes de apoyo, la interacción con el mundo exterior y el sentirse parte de algo, lo que es congruente a lo dicho por Weeks y Seiler (2001) Jawarma et al., (2011) Berdugo y Gámez (2015) y Pérez-Pérez y Ávila-Hernández (2016).

Con respecto a los resultados sobre el liderazgo, los datos permitieron identificar que los factores que explican en mayor grado esta variable son la Motivación Inspiradora (1.00) la Estimulación Intelectual (1.00) y la Consideración Individualizada (1.00) que pertenecen al estilo Transformacional, así como la Recompensa Contingente (1.00) que forma parte del estilo Transaccional, lo que está relacionado con lo dicho por Fischer (2000) quien señaló que las mujeres ejercen, por medio del liderazgo, habilidades individuales e interpersonales que favorecen el desarrollo de sus capacidades para dirigir, siendo esto una contribución favorable para el comportamiento emprendedor.

En cuanto al análisis de los factores que mejor pueden explicar la variable Competencias Emprendedoras de las empresarias tabasqueñas, éstos fueron Priorizar (1.00) y Necesidad de existir (0.93). Por otra parte, los que menos explican a la variable fueron la Familia y Negocio (0.33) la Credibilidad (0.35) y el Trabajo Arduo (0.40). Los resultados al respecto de las relaciones de las variables se pueden observar en la Figura 50.

Figura 50

Modelo de ecuaciones estructurales del proyecto de investigación



Nota. Razón de discrepancia= 2.315, p=0.001, RMSEA= 0.078, CFI=0.77.

Nota: *p<.05, **<.01, ***<.001

Nota. Elaboración propia.

V. Discusión

En este apartado se presenta la discusión al respecto de los resultados obtenidos y que fueron contrastados con la teoría que sustenta esta investigación, es decir, se exponen los hallazgos derivados de la elaboración de este trabajo.

Como parte de los elementos identificados de las características de las empresarias, se puede describir que éstas tienen una mayor presencia en micro negocios de comercio al por menor y de servicios, lo cual coincide con los estudios presentados sobre el ejercicio de las mujeres empresarias de Langowitz y Minniti (2007) Menches y Abraham (2007) y Reyes et al., (2014) quienes señalaron que las mujeres principalmente desarrollan negocios micros y pequeños, así como de participar en sectores menos riesgosos para ellas, como el comercio minorista y de servicios.

En cuanto a los retos que éstas pueden enfrentar durante el emprendimiento, mencionaron que no han experimentado conflictos con personas que forman parte de su círculo cercano, tales como pareja, amigos o familia, lo que contrasta con lo propuesto por Chant y Pedwell (2008) así como por Araya (2017) quienes mencionan que las mujeres que participan activamente en la economía se ven juzgadas por sus allegados al señalarles que no deberían laborar, sino dedicarse al cuidado del hogar. No obstante, el que las empresarias tabasqueñas indiquen que no han tenido conflictos en sus relaciones personales puede considerarse un buen indicio para el desarrollo y continuación de sus negocios, pues éstas tienen la posibilidad de contar con mejores condiciones y mayor seguridad para ejecutar su actividad, como lo reportado por Weeks y Seiler (2001) y Berdugo y Gámez (2015) en sus estudios.

Por otra parte, dentro de los retos que se pueden considerar como constantes, las participantes señalaron todos aquellos que se relacionan con la operación del negocio, como la escasez de recursos, la dificultad para establecer la calidad de lo que ofrecen, la falta de conocimientos para gestionar las finanzas y el manejo fiscal, así como no tener experiencia en la

creación de estrategias de marketing y la dificultad para el manejo de herramientas tecnológicas, siendo estos elementos indicadores valiosos para la generación de esfuerzos en materia de políticas públicas enfocadas al desarrollo empresarial de la mujer.

Con respecto a la edad de las participantes, si bien no forma parte de los objetivos de esta investigación identificar las características por grupo etario, es importante destacar la participación de un gran porcentaje de mujeres jóvenes, por lo que se puede profundizar al respecto y establecer que éstas emprenden en mayor medida motivadas por el deseo de tener un negocio propio como reto personal, a diferencia de las mujeres de edad madura, quienes tienden a iniciar un negocio como consecuencia de las condiciones económicas adversas principalmente, coincidiendo con lo propuesto por Pérez-Pérez y Ávila-Hernández (2016) sobre el comportamiento emprendedor por edad de las mujeres.

Como parte de las razones que las llevaron a iniciar un negocio las empresarias señalaron que siempre tuvieron la intención de tener un negocio propio, coincidiendo con Guzmán y Cuevas (2008) así como lo dicho por Berdugo y Gámez (2015) quienes destacan que las mujeres por medio de sus negocios logran la realización y el reconocimiento personal, pues existe mayor carácter trascendental en el emprendimiento de éstas como resultado de la búsqueda por ser parte de algo más grande.

En cuanto a iniciar y continuar debido a aspectos relativos con las crisis económicas, Rahmatullah y Zaman (2014) mencionan que detrás del emprendimiento existen razones que se relacionan directamente con un entorno adverso y necesidades financieras que cubrir; postura también secundada por Ozsungur (2019) quien señala que uno de los principales motivos del emprendimiento en las mujeres son los factores de empuje, es decir aquellos que se relacionan con las deficiencias económicas.

Siguiendo este orden de ideas, dentro de los principales hallazgos al respecto de las razones para emprender, se debe hacer mención de que la opción “no encontré empleo acorde a

mi profesión” fue de las menos seleccionadas por las participantes, sobre todo considerando que el segundo mayor porcentaje de las empresarias señaló contar con una carrera profesional. Debiéndose profundizar al respecto del deseo que puede existir en las mujeres tabasqueñas por poner en práctica lo aprendido durante la formación profesional sin estar directamente obligadas a iniciar un negocio por la falta de oportunidades, sino por el interés de emprender, tal como señalan DeTienne y Chandler (2007) quienes destacan que una mejor formación disminuye los riesgos y aumenta las posibilidades de las mujeres en el mundo empresarial al considerar que la educación es un factor determinante en la decisión de iniciar un emprendimiento, siendo un área de oportunidad para impulsar estrategias de educación en emprendimiento para las mujeres por medio de las Instituciones Educativas.

Conforme a las respuestas dadas sobre la motivación para emprender, la dimensión Seguridad Económica fue la menos valorada por las participantes, es decir, que las empresarias ven al emprendimiento, en menor medida, como un medio para alcanzar la seguridad económica, contrastando con lo propuesto por López et al., (2016) pues aunque indicaron que tener un negocio les permite alcanzar la estabilidad económica, se encontraron menos de acuerdo con que éste les permita prepararse para su retiro, así como ser un medio para proveer de empleo a miembros de su familia, postura también contraria a lo identificado por Pérez-Pérez y Ávila-Hernández (2016) quienes mencionaron que las mujeres ven en el emprendimiento una oportunidad para dejar un legado.

Al observar detalladamente los datos recopilados sobre las competencias emprendedoras de las empresarias, se ha identificado que las competencias con las que están más de acuerdo son la Necesidad de Existir, la Capacidad para Reponerse y Aprender y el Espíritu Emprendedor. Sin embargo, hubo un grado de acuerdo menor en cuanto a la Capacidad para Trabajar con Otros, el Trabajo Arduo, la Credibilidad, y el Priorizar, lo que sugiere que estas empresarias puedan carecer de destrezas para trabajar en entornos colaborativos y puedan

priorizar la libertad de horario sobre las actividades empresariales exclusivas. Aunque estas últimas competencias son características importantes del comportamiento emprendedor según Palacios (1999), lo que determina la competencia de un individuo para emprender.

Al retomar el análisis de las competencias emprendedoras, pero en esta ocasión por medio de las ecuaciones estructurales, se identificó que dentro de las dimensiones que mejor explicaban este constructo para esta población se encontró la competencia Priorizar, misma que en los datos descriptivos obtuvo valores bajos, siendo entonces una de las menos reconocidas por las empresarias, razón por la cual esta dimensión debe ser analizada con detenimiento, pues de acuerdo con Palacios (1999) el emprendedor debe saber establecer prioridades y cumplirlas a cabalidad; ante lo cual se podrían generar estudios de mayor alcance ante las discrepancias entre las respuestas dadas y el análisis multivariante, considerándose como objeto de observancia para futuros análisis en cuanto a la prioridad que las empresarias le dan a sus negocios y a las actividades relacionadas con éste.

Es importante resaltar que no todas las empresarias participantes en el estudio tienen el suficiente conocimiento del entorno empresarial y tampoco llevan un registro de sus actividades para tomar decisiones. Además, al analizar los menores índices en la capacidad para trabajar con otros, se puede dilucidar que las competencias para el trabajo en equipo necesitan ser desarrolladas debido a que casi la totalidad de las empresarias trabajan solas y no cuentan con empleados. Es necesario fomentar el espíritu de colaboración en el proceso del emprendimiento, ya que la afiliación y la colaboración permiten a las mujeres empresarias desempeñar su papel con mayor seguridad, según Weeks y Seiler (2001).

Los resultados también sugieren una posible relación entre el desconocimiento del entorno empresarial y la falta de vinculación de las empresarias con organismos formales y grupos informales de empresarios. Por lo tanto, se deben realizar mayores esfuerzos para crear agrupaciones para mujeres empresarias que permitan mejorar sus oportunidades de

crecimiento, ya que las redes de colaboración entre empresarios mejoran las capacidades emprendedoras, como señala Kantis et al. (2004). En la misma línea, Weeks y Seiler (2001) mencionan que las mujeres que forman redes con sus pares se sienten identificadas y comprendidas, fortaleciendo así su desarrollo empresarial.

En cuanto a los valores relacionados con el liderazgo, tanto en el análisis factorial exploratorio como en el análisis factorial confirmatorio, no se identificó una clara distinción o prevalencia de un estilo de liderazgo sobre otro. De este modo, los elementos que describían a los estilos se agruparon en un solo factor (AFE) y se alcanzaron valores similares que permitían explicar positivamente el constructo liderazgo sin diferencias significativas (AFC). Estos datos difieren de Bass y Avolio (1997) que clasificaron a los estilos bajo características muy específicas, pero en el caso de estudios de liderazgo en mujeres, como los de Contreras et al. (2012), Moncayo y Zuluaga (2015) y Martínez-León et al. (2016) en que se hace mención de que el estilo de liderazgo en éstas dependerá del espacio en que participen, el contexto que las haya formado y la industria donde estén ejerciendo, sin haber una definición específica que permita establecer la ejecución de su papel de líder, ya sea como transformacional o transaccional, que fueron los utilizados en este estudio.

Se debe considerar además que el estilo de liderazgo se da en función de la relación con los demás, y en el caso de las participantes la falta de distinción entre los estilos puede ser originada por no contar con subalternos que permitan definir claramente su actuar. Por lo cual dicha variable debe ser estudiada a profundidad y con base en otras teorías de liderazgo que permitan ampliar la perspectiva sobre su relación e interacción con el comportamiento emprendedor en las mujeres, sobre todo al rescatar lo propuesto por Fisher (2001) quien señala que el emprendimiento requiere del liderazgo para prosperar.

Se debe hacer mención en que las dimensiones utilizadas para este estudio pudieron no ser las suficientes para explicar el comportamiento de las empresarias al respecto de su

motivación, su liderazgo y sus competencias para emprender. Ante lo cual se debe retomar lo mencionado por Matteo (2012) quien propone que el comportamiento de la mujer está condicionado por su entorno, permeando en su involucramiento con los negocios y por ende las características al iniciar y desarrollar un negocio serán específicas, siendo necesarios criterios adaptados a éstas para un mejor análisis.

Los resultados inesperados del estudio están relacionados con la competencia emprendedora de "Familia y Negocio". Las empresarias presentaron respuestas polarizadas en cuanto a si la familia debe ser parte del negocio y si deben traspasar el negocio a sus hijos en el futuro, lo cual rompe el paradigma de que las mujeres emprenden principalmente para cumplir funciones de cuidado relacionadas con la familia. Además, la búsqueda de seguridad económica a largo plazo no fue una razón clara para emprender, ya que la creación de empleo para familiares o la creación de un legado no fueron razones destacadas. Estas dos competencias emprendedoras obtuvieron los puntajes más bajos, lo que indica un desacuerdo entre las participantes.

Los hallazgos sugieren la necesidad de estudios más amplios que consideren la influencia de la familia en el comportamiento emprendedor y la influencia del origen de las empresarias. Según Berdugo y Gámez (2015), las mujeres que proceden de hogares donde existe algún emprendimiento tienen escenarios que propician el continuar con sus negocios, pues cuentan con experiencia próxima o un ejemplo a seguir. Por lo tanto, es posible descubrir características específicas que distingan a las mujeres que provienen de familias de emprendedores de aquellas que no tienen esta experiencia cercana, así como la visión que tienen sobre la perduración del negocio a través de sus familiares, mediante metodologías más específicas.

Sobre los retos que han enfrentado las empresarias con relación a la dificultad para lograr el equilibrio entre la vida personal y el negocio, la información analizada ha proporcionado un hallazgo inesperado, pues se tiene la preconcepción de que las mujeres tienen

como principal desafío el encontrar el balance entre sus actividades personales y las responsabilidades de un negocio, tal como menciona Araya (2017). Sin embargo, esta barrera fue de las menos frecuentes entre los retos que las empresarias tabasqueñas mencionaron tener, pues indicaron con menor frecuencia experimentar problemas en sus relaciones por las responsabilidades que el negocio representa, con lo cual se puede vislumbrar un panorama favorable para el impulso de estas mujeres en su actividad empresarial, ya que conforme con Berdugo y Gámez (2015) una red de contactos cercana permite tener mejores condiciones para seguir adelante con un emprendimiento. No obstante, a las empresarias no se solicitó información sobre el tipo de interacción que tienen con su entorno próximo, quedando esta información como otra área de oportunidad para profundizar en las relaciones interpersonales de las mujeres que emprenden, y en el apoyo o la falta de éste, que experimenten en su trayectoria como empresarias.

Cabe recalcar que esta investigación parte de un muestreo no probabilístico, siendo esta aclaración pertinente debido a que las características sociodemográficas de las participantes de este estudio señalan que las empresarias actuales son solteras, jóvenes y cuentan con educación media superior o superior, no tener más dependientes económicos que ellas mismas o sus hijos, en el caso de haberlos, características que pueden contrastar al respecto de las 21,180 mujeres registradas por el INEGI (2019) como poseedoras de un negocio en Tabasco. Sin embargo, estos hallazgos arrojan nociones con respecto de la población de estudio que, aunque no es representativa de toda la población sino solo de las participantes, sirven como una pauta para realizar más estudios al respecto de la participación de las mujeres en la economía por medio de sus negocios, y con esto mejorar la comprensión del comportamiento emprendedor en las mujeres de la región.

La información obtenida en el estudio también podría ser beneficiosa para mejorar la colaboración entre universidades, industrias y el gobierno (Etzkowitz & Leydesdorff, 1998) en la

región, con el objetivo de lograr el desarrollo económico común y aumentar la participación de las mujeres a través de condiciones equitativas. Además, profundizar en el comportamiento de las mujeres emprendedoras y empresarias puede ayudar al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, esencialmente el ODS 5, que busca alcanzar la igualdad de género. También puede auxiliar al logro de los objetivos prioritarios del Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres (PROIGUALDAD), particularmente en los ejes 1 y 5, que buscan cerrar brechas históricas de desigualdad según lo propuesto por el Gobierno Federal.

VI. Conclusiones

En este capítulo se hace una revisión de los resultados obtenidos por medio de los análisis estadísticos tanto descriptivos como multivariantes, a partir de los datos recuperados de las empresarias participantes a través del instrumento compuesto por las variables Motivación (López, et al., 2016) Liderazgo (Bass & Avolio, 1997) y Competencias Emprendedoras (Palacios, 1999) conforme a las preguntas de investigación y objetivos planteados. Así también, se indican las líneas de investigación con base en los resultados alcanzados que pueden desarrollarse a futuro.

En lo que concierne al objetivo principal de la investigación, se realizó el diseño de un modelo teórico que permitió verificar la relación entre la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas (Ver la Figura 50) el cual permitió determinar que la motivación tiene una relación positiva con las competencias emprendedoras, lo que es congruente con lo indicado por Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2012) quienes señalan que la motivación juega un papel fundamental en la decisión de formar toda nueva empresa.

En cuanto a la relación del liderazgo con las competencias emprendedoras, también se obtuvo una relación positiva entre las variables, lo que es apoyado por la postura de Fischer (2000) al señalar que el liderazgo favorece el desarrollo de las competencias emprendedoras, pues permite que la capacidad de dirigir se vea mejorada. En este mismo orden de ideas, Sopó et al. (2016) mencionan que el liderazgo debe verse como un complemento del emprendimiento.

Vale la pena señalar que, si bien las relaciones entre la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras resultaron positivas, éstas no fueron significativas, lo que puede tener relación con el contexto en que se encuentran inmersas las participantes, pues los motivos detrás pueden ser diversos y el ejercicio del liderazgo dependerá del contexto en que las mujeres

se desempeñan, tal como establecen en sus estudios Contreras et al., (2012) Rahmatullah y Zaman (2014) Moncayo y Zuluaga (2015) Ramadani (2015) y Martínez-León et al., (2016).

Conforme a las características motivacionales para emprender de las empresarias tabasqueñas, se identificó que éstas se encuentran mayormente motivadas por la obtención de ingresos, los factores intrínsecos y la búsqueda de autonomía, coincidiendo con Ramadani (2015) y Ozsungur (2019) quienes señalan que dentro de los principales motivos para emprender que presentan las mujeres participantes se encuentran la búsqueda de libertad, el alcanzar un logro y la oportunidad de obtener beneficios económicos.

Con respecto a los motivos que las llevaron a iniciar un negocio y continuar con éste, las empresarias se refirieron a las ganas que siempre tuvieron de tener un negocio propio y a la crisis económica, ya sea familiar o propia, como sus principales razones. Ambas posturas son reconocidas por autores como Pérez-Pérez y Ávila-Hernández (2016) quienes afirman que las mujeres ven en el emprendimiento una forma de superarse personal y profesionalmente.

Al respecto del estilo de liderazgo de las empresarias tabasqueñas, existe mayor prevalencia en características propias del liderazgo transformacional, como la influencia idealizada y la motivación inspiradora, coincidiendo con lo propuesto por Buitrago y Portillo (2014) y Buitrago (2015) quienes indican que las mujeres ven de manera holística el mundo, por lo que su comprensión o alcance del liderazgo comprende tanto aspectos personales como de comunidad bajo un enfoque en la construcción de relaciones, que de acuerdo con la teoría del liderazgo de Bass y Avolio (1997) son propios del estilo transformacional.

Se identificó que las empresarias han percibido durante el emprendimiento una serie de dificultades en su ejercicio empresarial, señalando que al iniciar enfrentaron escasez de recursos económicos para operar, han tenido dificultad para establecer la calidad del producto o servicio

que ofrecen, así como la falta de experiencia en el manejo de negocios. Actualmente, los retos que prevalecen siguen siendo en función del desarrollo de su negocio, como la falta de experiencia para crear estrategias de marketing, la falta de competencia para llevar un buen manejo financiero y fiscal del negocio, así como tener dificultad para manejar herramientas tecnológicas en su empresa.

Por medio del análisis multivariante se halló que los factores que mejor explicaban las competencias emprendedoras de las empresarias fueron: priorizar y necesidad de existir, contrario a lo identificado por medio de los datos descriptivos, donde la dimensión priorizar mostraba valores bajos entre las participantes, siendo un punto de observación, pues quien emprende debe saber establecer un orden de prelación al tener un negocio, tal como lo señala Palacios (1999).

Finalmente, como se pudo observar al inicio del capítulo, por medio del modelo de ecuaciones estructurales se halló que existe relación positiva entre la motivación y el liderazgo, con las competencias emprendedoras, sin embargo, ésta no fue significativa para la población de estudio. En este sentido, dicha información permite establecer que hay indicios para la comprobación de las hipótesis propuestas para dichas variables, lo que quiere decir que, si bien para esta población hay valores favorables para que exista relación entre las variables, no puede concluirse que éstos sean significativos en el comportamiento emprendedor de las mujeres. Por lo tanto, se requieren más estudios para identificar la interacción entre los constructos con poblaciones que tengan características similares, pero que se encuentren en otros contextos, para verificar la posible existencia de relaciones significativas entre la motivación y el liderazgo con las competencias emprendedoras de las empresarias.

Es así como por medio de los esfuerzos en el desarrollo de más y mejores estudios al respecto del comportamiento emprendedor de las mujeres, se puede contribuir al entendimiento de la relación entre el entorno y las características particulares de éstas, en su

participación activa en la vida pública y en la economía del país. De esta manera, la información aquí generada contribuye a que la equidad de género pueda alcanzarse, pues aportaciones de estas características favorecen el desarrollo de medidas acordes a las necesidades reales de esta población, mejorando las oportunidades de acceso y contribución de las mujeres al desarrollo nacional. Solamente mediante la búsqueda de la equidad de género y la igualdad de oportunidades es que México puede aspirar a ser un país mejor.

Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos en este estudio, se propone el diseño de proyectos de investigación que busquen ampliar el conocimiento sobre el comportamiento empresarial de las mujeres en función de su entorno y características individuales. A pesar de que la teoría ya señala algunos aspectos relevantes sobre la participación de las mujeres en la economía, es necesario establecer líneas de investigación más específicas, que consideren muestras más amplias y la interacción de múltiples variables. De esta manera, se podrán obtener diagnósticos más precisos sobre las necesidades reales de las mujeres emprendedoras y empresarias, lo cual permitirá desarrollar programas de apoyo al emprendimiento y políticas públicas que fomenten su pleno desarrollo. Es importante destacar que estos proyectos de investigación deben ser diseñados de manera cuidadosa y rigurosa, con el fin de obtener información de calidad que sea útil para la toma de decisiones y la implementación de acciones efectivas en beneficio de las mujeres empresarias.

Así también, desde la academia se pueden generar mayores esfuerzos tomando como referencia los constructos abordados en este trabajo y que, debido al alcance del diseño metodológico, no permiten tener una comprensión más detallada del fenómeno, por lo que complementar con estudios cualitativos puede permitir obtener información más específica sobre las áreas de oportunidad al respecto de este tema.

Ante lo mencionado, las líneas de investigación que se puedan desarrollar deben ir en función del establecimiento de nuevos criterios para diferenciar los motivos, el liderazgo y las competencias emprendedoras de las mujeres, solo por mencionar algunas de las condiciones que puedan intervenir en el desarrollo de los negocios de mujeres, así como:

- las características sociodemográficas.
- las condiciones del entorno en que éstas participan.
- las diferencias en el desarrollo de emprendimientos por mujeres jóvenes y maduras.
- la influencia de formar parte de una familia donde existan otras figuras emprendedoras.
- la educación formal e informal recibida.
- los medios de financiamiento para el desarrollo de los negocios.

De esta manera, el comportamiento emprendedor de las mujeres puede ser mejor explicado al considerarse un panorama más completo de su participación, ante el cual se puedan generar propuestas para su fortalecimiento, tanto desde la academia como de los organismos públicos y privados que tengan como fin el fortalecimiento de la participación en la economía de la mujer. Por ejemplo, al profundizar se puede obtener información que sirva como guía para la elaboración, desarrollo e implementación de políticas públicas desde los tres órdenes de Gobierno para favorecer el desarrollo de la mujer bajo condiciones igualitarias, tal como lo señalan el PROIGUALDAD y los ODS, evitando así la perpetuación de los roles de género, como las acciones de cuidado, y beneficiar su participación en la actividad laboral y empresarial, considerándolas e incluyéndolas como un elemento esencial para el desarrollo económico, favoreciendo la disminución de brechas de desigualdad y permeando de esta manera en el bienestar común de la población.

Referencias

- Aguilar, N., Sandoval, M., & Surdez, E. (2014). La gestión empresarial femenina en pequeñas empresas del giro industrial. *Acta Universitaria*, 24 (1), 73-80.
<https://doi.org/10.15174/au.2014.710>
- Aktouf, O. & Suárez, T. (2012). *Administración. Tradición, revisión y renovación*. México: Pearson.
- Alario, M. & Morales, E. (2016). Iniciativas de las mujeres: emprendimiento y oportunidades en el espacio rural de Castilla y León. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62, (3), 613-617.
<https://doi.org/10.5565/rev/dag.369>
- Alderfer, C. (1972). *Human needs in organizational settings*. New York: The Free Press
- Álvarez, C., Noguera, M. & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: Un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, (383), 43-52.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903896>
- Alda-Varas, R., Villardón-gallego, L. & Elexpuru-Albizuri, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(3), 1057-1080.
<https://doi.org/10.25115/ejrep.v10i28.1549>
- Amorós, J. & Pizarro, O. (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Universidad y Empresa*, 5(11), 15-32.
<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/940>
- Araya, M. (2017). Intención emprendedora en mujeres participantes de un programa de emprendimiento. *Revista Academia y Negocios*, 3(2), 17-32.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560863018001>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. 3ª ed. México: Grupo Editorial Patria
- Bales, R. (1950). *Interaction process analysis; a method for the study of small groups*. Addison-Wesley.

- Banco Mundial. *Enterprise Surveys*, [Género]. <https://espanol.enterprisesurveys.org>
- Barba-Sánchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18, 132-138. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)
- Barroso, F., Santos, R., Ávila, J., & Córdova, M. (2013). Gestión del conocimiento, competencias emprendedoras y desempeño organizacional de micro y pequeños empresarios de poblaciones del interior del estado de Yucatán. Mérida: Universidad Anáhuac Mayab.
- Bass, B. (1985). *Leadership and Performance beyond expectations*. Nueva York: Free Press.
- Bass, B. (1990). *Bass & Stogdill's Handbook of leadership: Theory, research, and managerial applications*. 3^a ed. Nueva York: Free Press.
- Bass, B. & Avolio, B. (1990). *Multifactor Leadership Questionnaire*. Palo Alto: Consulting Psychologist Press.
- Bentler, P. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238-246. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Berbel, S. (2014). *Directivas y empresarias: Mujeres rompiendo el techo de cristal*. Editorial UOC.
- Berdugo, E. & Gámez, J. (2015). Mujeres empresarias de Bogotá. *Revista CIFE*, 17(26), 149-173. <https://doi.org/10.15332/s0124-3551.2015.0026.05>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. 3^a ed. Colombia: Pearson Educación.
- Bernal-García, M., Salamanca, D., Pérez, N. & Quemba, P. (2020). Validez de contenido por juicio de expertos de un instrumento para medir percepciones físico-emocionales en la práctica de disección anatómica. *Educación Médica*, 21 (6), 349-356. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.08.008>

- Betancourt, A., Tamez, X., Medina, C. & Reyes, M. (2012). Principales Estilos De Liderazgo De La Mujer Empresaria En Ciudad Valles San Luis Potosí, México. *Tlatemoani*, (10).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7323477>
- Blake, R. & Mouton, J. (1964). *The managerial grid*. Houston: Gulf.
- Blasco-Burriel, P., Brusca-Alijarde, I., Esteban-Salvador, L., y Labrador-Barrafón, M. (2016). La satisfacción de las mujeres empresarias. Factores determinantes. *Contabilidad y Negocios*, 11(21), 68-92. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201601.005>
- Bradford, D. & Cohen, A. (1984). The postheroic leader. *Training and Development Journal*, 38 (1), 40-49. <https://psycnet.apa.org/record/1984-16431-001>
- Briseño, O., Briseño, A. & López, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de negocios*, 13 (25), 23-46.
<https://doi.org/10.29105/rinn13.25-2>
- Browne, M. & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. En K. A. Bollen y J.S. Long (Eds.), *Testing structural equation models*, 136-162, Newbury Park: Sage.
- Buitrago, R. & Portillo, P. (2014). El poder, las mujeres y su liderazgo ejercido en el sector público. *Revista Fórum Humanes*, 3(2). 45-59.
<https://es.calameo.com/read/0055733387ad01f7b7625>
- Buitrago, R. (2015). El liderazgo gerencial femenino, una propuesta a la industria farmacéutica. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 12(2), 212-225.
<http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/download/1783/4121?inline=>
- Cáceres, M., Trujillo, J., Hinojo, F., Aznar, I. & García, M. (2012). Tendencias actuales de género y el liderazgo de la dirección en los diferentes niveles educativos. *Educación*, 48(1), 68-89.
<https://www.raco.cat/index.php/educar/article/view/252993>
- Caldas, E., Carrión, R. & Heras, A. (2014). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: EDITEX.

- Campo, L., Amar, P., Olivero, E., & Boom, C. (2018). Factores personales y motivacionales asociados a las capacidades emprendedoras. *Espacios*, 39 (14), 5-5.
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n14/18391405.html>
- Cantón, L., García, A. & Luit, M. (2014). El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México. *Tec Empresarial*, 8(2), 29-40. <https://doi.org/10.18845/te.v8i2.1987>
- Capaldo, G., Iandoli, L. & Ponsiglione, C. (2004, 4-7 julio)). *Entrepreneurial competences and training needs of small firms: A methodological approach*. [Presentación de escrito]. 14th Annual IntEnt Conference, Italia.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=9d068f692a50098df0559274f814269c9c199024>
- Carland, J. & Carland, J. (1991). An empirical investigation into the distinction between male and female entrepreneurs and managers. *International Small Business Journal*, 9(3), 62-72. <https://doi.org/10.1177/026624269100900304>
- Castro, N. & Espinoza, E. (2020). Liderazgo femenino en la administración pública: contexto ecuatoriano. *Mikarimin, Revista Científica Multidisciplinaria*, 6, 1-10.
https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2020/09/04/articulo_20209421174.pdf
- Chant, S. & Pedwell, C. (2008). Las mujeres, el género y la economía informal: evaluación de los estudios de la OIT y orientaciones sobre el trabajo futuro. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/gender/Informationresources/WCMS_097015/lang-es/index.htm
- Chávez, E. (2020). Análisis comparativo de competencias emprendedoras entre estudiantes de la UABC. *Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 10 (20), 1-24. <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.646>

- Chen, M. (2007). Entrepreneurial Leadership and New Ventures: Creativity in Entrepreneurial Teams. *Creativity y Inn Man*, 16 (3), 239-249. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2007.00439.x>
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. 7ª ed. México: McGraw-Hill. Pp. 282-283.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones*. 2ª ed. México: McGraw-Hill.
- Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303-319. [10.1111/j.1540-627X.2007.00214.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2007.00214.x)
- Contreras, F., Pedraza, J. & Mejía, X. (2012). La mujer y el liderazgo empresarial. *Diversitas: Perspectivas en psicología*, 8 (1). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982012000100013
- Cuadrado, I. (2001). Cuestiones teóricas y datos preliminares sobre tres estilos de liderazgo. *Revista de psicología social*, 16 (2), 131-155. DOI: 10.1174/021347401317351107
- Davis, K. & Newstrom, J. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo*. 10ª ed. México: McGraw-Hill.
- De la Vega, M. (2004). *Manual de autoempleo*. España: Consejo de la Juventud de Castilla.
- DeTienne, D. & Chandler, G. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3). <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00178.x>
- Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60, 468-485. [http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30010-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30010-3)
- Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género (ONU Mujeres) (2016). Empresas y empoderamiento de las mujeres. Principios para el empoderamiento de las mujeres en

- las empresas. México: Red del Pacto Mundial. <https://pactomundial.org.mx/wp-content/uploads/2020/04/publicacionweeps.pdf>
- Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género (ONU Mujeres) (2019). Avancemos por la igualdad. <https://mexico.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2019/11/avancemos-por-la-igualdad>
- Escobar J. & Cuervo, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, 6 (1), 27-36.
[http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio de expertos 27-36.pdf](http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf)
- Fischer, H. (2000). *El primer sexo. Las capacidades innatas de las mujeres y cómo están cambiando el mundo*. España: Taurus.
- García, M., Salas-Arbeláez, L., & Martínez, E. (2017). Estilos de liderazgo de hombres y mujeres en las pymes. *Cali: AD-minister*, (31), 25-46. 10.17230/ad-minister.31.2
- Ghani, I. (2017). Muslim women entrepreneurs' motivation in SMES: A quantitative study in Asia Pacific countries. *Asian Economic and Financial Review*, 7(1), 27-42.
<https://doi.org/10.18488/journal.aefr/2017.7.1/102.1.27.42>
- Gobierno del Estado de Tabasco. Regiones de Tabasco. <https://tabasco.gob.mx/regiones-de-tabasco>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2020). 2019 / 2020 Global Report.
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443>
- Gobierno del Estado de Tabasco (2019). Plan Estatal de Desarrollo de Tabasco 2019-2024.
<https://tabasco.gob.mx/plan-estatal-de-desarrollo-2019-2024>
- Guzmán, J. & Cuevas, J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 18, 381-392. <http://hdl.handle.net/11441/16461>

- Halim, D. (2020). ¡Se necesitan estadísticas sobre las mujeres emprendedoras! *Blog de Datos, Banco Mundial*. <https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>
- Hernández-Cruz, T., Gordillo-Vargas, D. & López-Lemus, J. (2018). Estilos de liderazgo y su influencia con el emprendimiento: una perspectiva entre México y Colombia. *Jóvenes en la Ciencia*, 4(1), 1341-1345
<https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2446>
- Hernández, E. (2010). Nuevas tendencias en el mundo empresarial: la participación de las mujeres. *La ventana. Revista de estudios de género*, 4(32), 52-79.
<https://doi.org/10.32870/lv.v4i32.853>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6^a ed. México: McGraw-Hill
- Howell, J. (1988). Two faces of Charisma: Socialized and Personalized Leadership in Organizations. En J. Conger y R. Kanungo, *Charismatic Leadership*, (pp. 213-236). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Huilcapi-Masacón, M., Castro-López, G. & Jácome-Lara, G. (2017). Motivación: Las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Dominio de las ciencias*, 3(2), 311-333.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5889721>
- Hung, C. & Katsioloudes, M. (2001). Cultural Context in the Vietnamese-American Entrepreneurial Experience. *Journal of Transnational Development*, 7(2), 37-46.
https://doi.org/10.1300/J130v07n02_04
- Ibáñez, M. (2002). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: medición y propuestas de actuación*. Bilbao: Mensajero
- IBM (2021). Análisis Factorial: Rotación. <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/SaaS?topic=analysis-factor-rotation>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2019). Censos Económicos 2019, los hombres y las mujeres en las actividades económicas.

https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198664.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2021). Censos Económicos 2019, características de los establecimientos de propietarios y propietarias.

https://inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463900900.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2021). Atlas de Género.

http://gaia.inegi.org.mx/atlas_genero/

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) (2015). Estudio de factibilidad financiera para la creación del BANMUJERESCDMX. México: INMUJERES.

<https://cedoc.semujeresdigital.cdmx.gob.mx/docs/index.php/s/jJacaApLhJPWP7M>

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) (2014). Manual conceptual metodológico para la asesoría y seguimiento de los procesos de emprendimiento económico de las mujeres.

<https://cedoc.semujeresdigital.cdmx.gob.mx/docs/index.php/s/BUms3jUKfS6nWmY>

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) (2016). Diagnóstico sobre las causas que llevarían al fracaso (cierre) a las empresas fundadas por mujeres de la Ciudad de México.

<https://www.semujeres.cdmx.gob.mx/estudios-y-diagnosticos>

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) (2019). Sistema de Indicadores de Género:

Empleadoras. <http://estadistica.inmujeres.gob.mx/formas/tarjetas/Empleadoras.pdf>

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) (2020). Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, PROIGUALDAD 2020-2024. México: INMUJERES.

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/Proigualdad%202020-2024%20Web.pdf

- Jawarma, D., Rouse, J. & Kitching, J. (2011). Entrepreneur motivation and life course. *International Small Business Journal*, 31(1), 34-56.
<https://doi.org/10.1177/0266242611401444>
- Jordán, J., Serrano, B. Pacheco, A. & Brito, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción*, 32(81), 238-261.
<https://www.redalyc.org/journal/310/31048807012/html/>
- Kantis, H., Angelelli, P. & Moori, V. (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Washington, D.C: Banco Iberoamericano de Desarrollo/FUNDES International. <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>
- Kimmel, M. (2000). *The gendered society*. New York Oxford: Oxford University Press.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago II. University of Chicago Press.
- Krauss, C. (2007). Las Actitudes Emprendedoras de los Estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay. [Tesis Doctoral], Universidad de Deusto, ESTE Facultad de CC.EE. y Empresariales, San Sebastián.
- Kumar S., Poornima S., Abraham, M. & Jayashree. K. (2003). *Entrepreneurship Development*. New Delhi: New Age International Limited Publishers.
- Kuratko, D. (2007). Entrepreneurial Leadership in the 21st Century: Guest Editor's Perspective. *Journal of leadership and organizational studies*, 13(4), 1-11.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/10717919070130040201>
- Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Levy, J. & Varela, J. (2003). *Análisis Multivariable para las Ciencias Sociales*. Madrid: Pearson Educación.

- Lewin, K. (1939). Experiments in social space. En D. Cartwright (Ed.), *Field Theory in social science: selected theoretical papers by Kurt Lewin* (pp. 71-83). Nueva York : Harper Torchbooks.
- Lippitt, R. & White, R. (1943). The social climate of children's groups. *Journal of Social Psychology*, 10, 271-301. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/10786-028>
- López, A., Cachón, J. C., Robichaud, Y., y Barragán-Codina, J. (2016). Motivación para el emprendimiento en México: un estudio comparativo de género. *Vincula Téctica EFAN*, 2(1), 149-175. <http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Revistas/R2/101-128%20-%20Motivacion%20para%20el%20Emprendimiento%20en%20Mexico%20Un%20estudio%20Comparativo%20de%20Genero.pdf>
- López-Aguado, M. & Gutiérrez-Provecho, L. (2019). Cómo realizar e interpretar un análisis factorial exploratorio utilizando SPSS, *Revista d'innovació y recerca en educació*, 1-14, <http://doi.org/10.1344/reire2019.12.227057>
- López-Fernández, M., Romero-Fernández, P. M., & Díaz-Carrión, R. (2012). Motivaciones para emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía industrial*, (383), 75-84. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903949>
- López, J. (2005). Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. *Gestión en el Tercer Milenio*, 8(15), 25-36. <https://doi.org/10.15381/gtm.v8i15.9692>
- Lupsa-Tataru, D. (2018). Success factors for business managed by women. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 11(2), 89-94. <https://www.proquest.com/openview/fof1f8f891643eddb342f6255e775501/1?pq-origsite=gscholar&cbl=105975>
- Lussier, R. & Achua, C. (2008). *Liderazgo: Teoría, Aplicación y Desarrollo de Habilidades*. 2ª ed. México: Cengage Learning.

- Man, T., Lau, T., & Snape, E. (2008). Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises: An investigation through a framework of competitiveness. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21, (3), 257-276.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593424>
- Mandujano, J. (2017). Diseño y validación de un modelo de gestión de conocimiento para el mejoramiento del servicio al cliente de MyPEs del sector servicios en Villahermosa, Tabasco. Tesis Doctoral. Mérida, Yucatán: Universidad Anáhuac Mayab.
- Mapunda, G. (2007). Entrepreneurial leadership and indigenous enterprise development. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(3), 1.
<http://www.asiaentrepreneurshipjournal.com/AJESIII3Mapunda.pdf>
- Martínez, F. & Carmona, G. (2009). *Aproximación al concepto de "Competencias emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas*.
http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol7num3/art6_hm.htm.
- Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I. y García-Ruíz, L. (2016). *Diferencias de género en el estilo de liderazgo en las cooperativas de enseñanza*. [Ponencia] Congreso de Investigadores en Economía Social y Cooperativa, Valencia. <http://ciriec.es/wp-content/uploads/2016/10/COMUN-172-T11-MARTINEZ-OLMEDO-GARCIA-ok.pdf>
- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. 3^a ed. New York: Harper y Row.
- Matteo, C. (2012). La mujer en el entorno gerencial venezolano: perfil, características y desempeño. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 17 (38), 39-66
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5855408>
- McClelland, D. (1973). Testing for competence rather than intelligence. *American Psychologist*, 28 (1), 1-14.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.

- Menches, C., & Abraham, D. (2007). Women in construction – tapping the untapped resource to meet future demands. *Journal of Construction Engineering and Management*, 133 (9), 701-707. [https://ascelibrary.org/doi/abs/10.1061/\(ASCE\)0733-9364\(2007\)133:9\(701\)](https://ascelibrary.org/doi/abs/10.1061/(ASCE)0733-9364(2007)133:9(701))
- Mendez, J. (2006), Enfoques y modelos para el desarrollo de competencias.
<http://www.icam.com.mx/canales6/rrhh/gestion-y-desarrollo-de-competencias.htrn>
- Mitchelmore, S. & Rowley, J. (2010) Entrepreneurial competences: A literature review and development agenda [Competencias emprendedoras: Una revisión de literatura y desarrollo de agenda]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, (16), 92-111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Miranda, J., Sandoval, M., y Berttolini, G. (2021). La motivación en la mujer empresaria. En L. González y B. Llamas (Eds.), *Las ciencias administrativas: actores, gobernanza, gestión e innovación con enfoque integral para el desarrollo empresarial* (pp. 30-47). Sello Editorial UNAD.
- Miranda, J., Sandoval, M., y Berttolini, G. (2023). Competencias emprendedoras de la mujer en el contexto mexicano, *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 25 (1), 52-70. www.doi.org/10.36390/telos251.05
- Moncayo, B. & Zuluaga, D. (2015). Liderazgo y género, barreras de mujeres directivas en la academia. *Pensamiento y gestión* (39).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762015000200009
- Mora, E., Soto, A., Muñoz, V., Sánchez, R., Carrera, S., Pérez, E., & Landeros, E. (2015). Características de la prueba piloto: Revisión de artículos publicados en enfermería. *Revista de enfermería Neurológica*, 14 (3), 169.175.
<https://doi.org/10.37976/enfermeria.v14i3.212>

- Moral, J. (2011). Análisis factorial y su aplicación al desarrollo de escalas. En R. Landero y M. González, *Estadística con SPSS y metodología de la investigación* (pp. 387-443). México: Trillas.
- Morris, M., Webb, J., Fu, J. & Singhal, S. (2013). A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education : Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352-369. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12023>
- Northouse, P. (2010). *Leadership theory and practice*. California : Sage.
- Olmos, J. (2007). *Tu potencial emprendedor*. Ed. Pearson Educación. México.
- Osorio-Buitrago, F. (2019). Revisión cronológica sobre liderazgo y emprendimiento. *Revista Interfaces*, 2 (2,), 1-16.
<http://biblos.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/ingenieria/article/view/476>
- Oviedo, H. & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34 (4), 572-580.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009
- Ozsungur, F. (2019). A research on women ´s entrepreneurship motivation : Sample of Adana Province. *Women Studies International Forum*, 74, 114-126.
<https://doi.org/10.1016/j.wsif.2019.03.006>
- Padilla, J. (2019). Amos. Análisis factorial confirmatorio, modelos de ecuaciones estructurales. [Archivo de video], <https://youtu.be/Ie4dDukL8yM>.
- Palacios, L. (1999). *Sabiduría popular en la empresa venezolana*. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Pérez-Pérez, C. & Ávila-Hernández, M. (2016). Factores explicativos del emprendimiento femenino y elementos limitantes. *Suma de negocios* 7, 25-31.
<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.004>

- Perozo-Ramírez, B. & Paz-Marcano, A. (2016). Estilos de liderazgo femenino como factor influyente en las habilidades de los equipos de trabajo en el sector asegurador. *Revista Clío América*, 10(19), 8-22. :10.21676/23897848.1656.
- Peters, M. (2005). Entrepreneurial skills in leadership and human resource management evaluated by apprentices in small tourism business. *Education & Training*, 47 (8/9), 575-591. <https://doi.org/10.1108/00400910510633125>
- Plumly, L., Marshall, L., Eastman, J., Iyer, R., Stanley, K. & Boatwright, J. (2008). Developing Entrepreneurial Competencies: A Student Business. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 17-26. <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/marketing-facpubs/134>
- Powell, G. (1999). Reflections on the Glass Ceiling. Recent trends and future prospects. En G.N. Powell (Ed). *Handbook of Gender and Work*. 325-345. <https://psycnet.apa.org/doi/10.4135/9781452231365.n17>
- Rahmamatullah, M., & Zaman, F. (2014). Female Entrepreneurship in Bangladesh: a Constraints, Motivation and Success. *Bangladesh e-Journal of Sociology*, 11(2), 65-77. <https://www.semanticscholar.org/paper/Female-Entrepreneurship-in-Bangladesh%3A-Constraints%2C-Rahmatullah-Zaman/5e6104c5fd1506fa929ee2cfdef957d05cec2a58>
- Ramadani, V. (2015). The woman entrepreneur in Albania: An exploratory Study on Motivation, problems and success factors. *Journal of Balkan and Near Studies*, 17(2), 204-221. <https://doi.org/10.1080/19448953.2014.997488>
- Ramos, A., Sarrió, M., Barberá, E. & Candela, C. (2002). Mujeres directivas y demandas organizacionales. *Revista de psicología social*. 12(2), 183-192. 10.1174/021347402320007591.
- Rathna, C., Badrinath, V., y Siva, C. (2016). A study on entrepreneurial motivation and challenges faced by women entrepreneurs in Thanjavur district. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(27), 1-10. <https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i27/9759>

Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.4 en línea].

<https://dle.rae.es>

Reddin, W. (1977). An integration of leader-behavior typologies. *Groups and Organizations*

Studies, 2, 282-295. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/105960117700200303>

Reskin, B. & H. Hartman. (1985): *Women's work, men's work: Sex segregation on the job*.

National Academy Press. Washington D.C.

Reyes L., Pinillos, M. & Soriano, I. (2014). Diferencias de género en la orientación

empresarial. *Esic Market Economics and Business Journal*, 45(3), 441-460.

<https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/185>

Robbins, S. (1996). *Comportamiento organizacional, Teoría y práctica*. México: Prentice-Hall.

Robbins, S. & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. 17^a ed. México: Pearson.

Roussel, P. (2000). *La motivation au travail : concept et théories*. Francia: LIRHE-Universite

des sciences sociales de Toluouse.

Sánchez-García, M. & Suárez-Ortega, M. (2017). Diseño y validación de un instrumento de

evaluación de competencias para la gestión de la carrera emprendedora. *Revista*

iberoamericana de diagnóstico y evaluación – e avaliacao psicológica RIDEP, 3(45),

109-123. <https://hdl.handle.net/11441/87850>

Santander-Astorga, P., Fernández-Robin, C. & Yáñez-Martínez, D. (2016). Motivaciones y

condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas.

Revista de Ciencias Sociales (Ve), 22, (2), 63-77.

<http://dx.doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24860>

Santos, R. (2011). Competencias emprendedoras de jóvenes y oportunidades para su desarrollo

laboral en su región. El caso de la zona maya denominada Camino Real de Campeche.

Tesis Doctoral. Mérida, Yucatán: Universidad Anáhuac Mayab.

Santos, R., Barroso, F. & Ávila, J. (2014). Resultados de la medición y análisis de competencias

empresariales para la creación de agro empresas. Experiencia en la Zona Maya de

- Campeche. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 35, 979-991.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14131676007>
- Sapleton, N. (2009). Women non-traditional entrepreneurs and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3), 192-218.
<https://doi.org/10.1108/17566260910990892>
- Sastre, R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, (1), 1-10.
<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/586/554>
- Schumpeter, J. (1934). *Theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sopó, G., Salazar, M., Guzmán, E. & Vera, L. (2017). Liderazgo como competencia emprendedora. *Revista Espacios*, 38 (24), 24.
<http://www.revistaespacios.com/a17v38n24/17382424.html>
- Spinelli, S., & Adams, R. (2012). *New Venture Creation*. New York: McGraw-Hill.
- Tannenbaum, R. & Schmidt, W. (1973). How to choose a leadership pattern. *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/1973/05/how-to-choose-a-leadership-pattern> .
- Tejada, J. (1999). Acerca de las competencias profesionales.
<http://dewey.uab.es/pmarques/dioe/competencias.pdf>
- Toril, J. & Valenciano, J. (2011). Revisando el emprendedurismo. Boletín Económico de ICE, 3021. https://www.researchgate.net/profile/Juan-Uribe-Toril/publication/334987913_REVISANDO_EL_EMPRENDEDURISMO/links/5d492130299bf1995b695564/REVISANDO-EL-EMPRENDEDURISMO.pdf
- Urbano, D. & Toledo, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: UOC.
- Urch, V. (1994). Gender and leadership style: transformational and transactional leadership in the roman catholic church. *Leadership Quarterly*, 5 (2), 99-119.
[https://doi.org/10.1016/1048-9843\(94\)90023-X](https://doi.org/10.1016/1048-9843(94)90023-X)

- Vale, G., Wilkinson, J. & Amâncio, R. (2008). Empreendedorismo, Inovação e Redes: Uma nova abordagem. *RAE – eletrônica*, 7(1). <https://doi.org/10.1590/S1676-56482008000100008>
- Vecchio, R. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13 (2), 303–327.
[https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00019-6](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00019-6)
- Ventura, R. & Quero, M. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-149. <https://doi.org/10.5295/cdg.v13i1.18991>
- Vier, H., Gazola, S., Santos, J. dos, y Moreno, M. (2016). Women entrepreneurs: Reasons and difficulties for starting in business. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(3), 15- 38. <https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n3p15-38>
- Vinocur, P. & Kuchevasky, S. (2010). El rol del psicólogo del trabajo en el desarrollo emprendedor: ¿quién es un emprendedor? *II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. Facultad de Psicología -Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-031/362>
- Watson, J. (2002). Comparing the performance of male- and female-controlled businesses: Relating outputs to inputs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 91-100.
<https://doi.org/10.1177/104225870202600306>
- Weeks, J. & Seiler, D. (2001). *Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Una exploración del conocimiento actual*. Informe técnico para el Departamento de Desarrollo Sostenible del Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C.
<https://publications.iadb.org/es/actividad-empresarial-de-la-mujer-en-america-latina-una-exploracion-del-conocimiento-actual>

Zabludovsky, G. (2001). Las empresarias en México: una visión comparativa regional y global.

En D. Barrera (Ed.), *Empresarias y ejecutivas, mujeres con poder*. (pp. 33-83). México:

El Colegio de México. <https://doi.org/10.2307/j.ctvhnod3f.4>

Apéndice 1.

Autorizaciones de uso de instrumentos por parte de autores de las variables

Competencias Emprendedoras, Motivación y Liderazgo.

Sub-apéndice 1a.

Autorización de uso de instrumento para medir la Motivación por López, et al., (2016).

Figura 1a

*Autorización vía correo electrónico del autor del instrumento para medir la variable
Motivación.*



Instrumento Motivación en el emprendimiento ▶ Recibidos x ⌵ 🖨

 **Jennifer Miranda** jué, 15 abr 11:13
Buenos días, Dr. López-Lira Soy Jennifer Miranda, estudiante del Doctorado en Estudios Económicos Administrativos (PNPC) de la Universidad Juárez Autónoma de Ta

 **ALFONSO LOPEZ LIRA** vie, 16 abr 14:03 ☆ ↩
para mí, ALFONSO →
Buen día Jennifer.

Esperando te encuentres bien, te comento que con todo gusto puedes utilizar el instrumento de medición.

Agradeciendo la atención, y consideración,

Saludos cordiales.

Atte:

Dr. Alfonso López Lira Arjona, PhD.
Profesor Investigador SNI
Miembro Cuerpo Académico UANL-CA-386 Consolidado
Coordinador Maestría en Innovación y Emprendimiento Empresarial

Facultad de Contaduría Pública y Administración
Universidad Autónoma de Nuevo León

Nota. Imagen tomada vía captura de pantalla a la bandeja de entrada del correo electrónico de la autora de esta investigación.

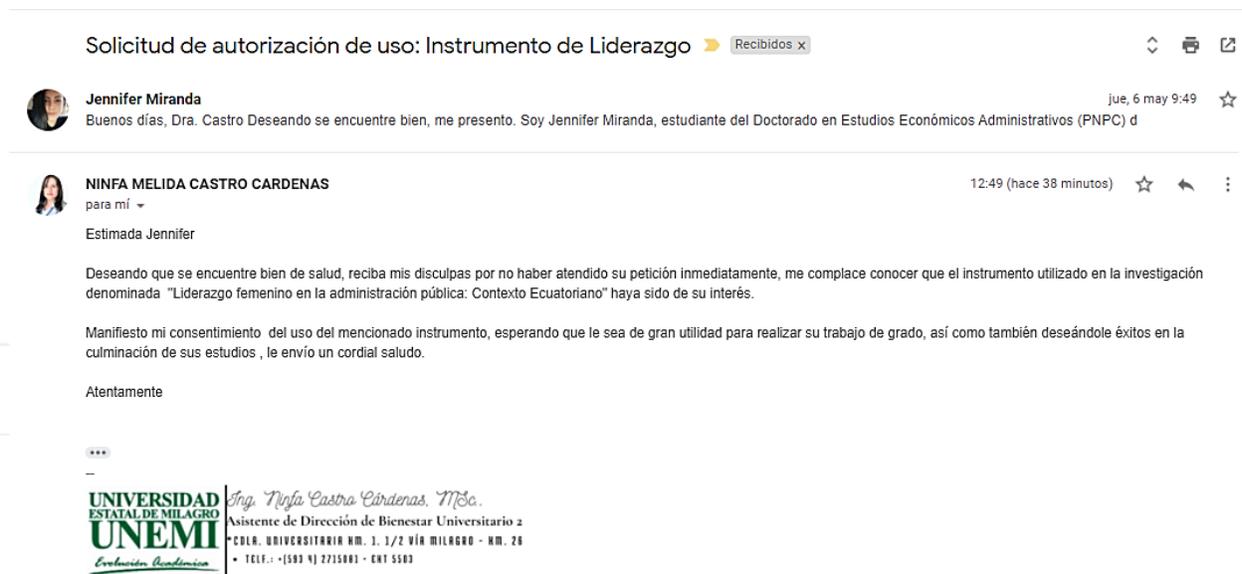
Nota. Se omite la dirección de correo electrónico del autor por no tener permiso del propietario para compartir este dato.

Sub-apéndice 1b.

**Autorización de uso de instrumento para medir el Liderazgo, en su forma corta
MLQ 6s adaptado y traducido por Castro y Espinoza (2020) con base en la
adaptación de Northouse (2010) al MLQ versión original de Bass y Avolio, 1997.**

Figura 1b

*Autorización vía correo electrónico de la autora del instrumento para medir la variable
Liderazgo.*



Nota. Imagen tomada vía captura de pantalla a la bandeja de entrada del correo electrónico de la autora de esta investigación.

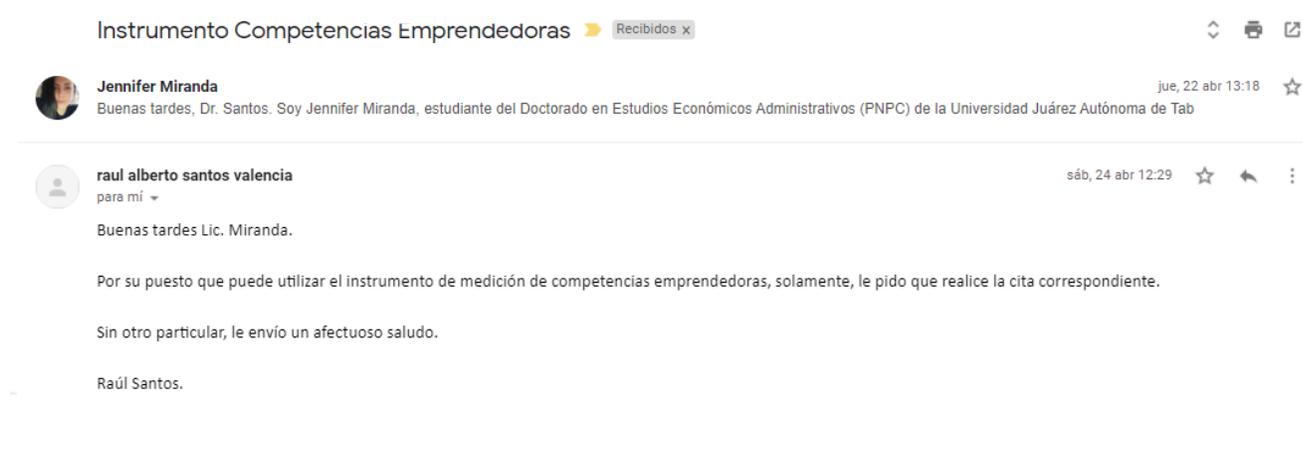
Nota. Se omite la dirección de correo electrónico de la autora por no tener permiso de la propietaria para compartir este dato.

Sub-apéndice 1c.

Autorización de uso de instrumento para medir las Competencias Emprendedoras por Santos (2011).

Figura 1c

*Autorización vía correo electrónico del autor del instrumento para medir la variable
Competencias Emprendedoras.*



Nota. Imagen tomada vía captura de pantalla a la bandeja de entrada del correo electrónico de la autora de esta investigación.

Nota. Se omite la dirección de correo electrónico del autor por no tener permiso del propietario para compartir este dato.

Apéndice 2

Cuestionario para empresarias y emprendedoras de Tabasco (después de modificaciones).

Elaborado con base en Santos (2011) López et al., (2017) y Castro y Espinoza (2020) a partir de Northouse (2010) y Avolio y Bass (1997).

CUESTIONARIO PARA EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS DE TABASCO

El siguiente cuestionario tiene el objetivo de conocer sus características como emprendedora y empresaria, considerando sus retos, sus motivos para emprender y su liderazgo.

La información que usted proporcione será empleada únicamente con fines académicos. En ningún momento se le solicitarán datos personales, por lo cual, sus respuestas serán totalmente anónimas y confidenciales.

Agradecemos su participación para la realización de este proyecto de investigación.

Instrucciones para el llenado del cuestionario: Por favor, responda de la manera más honesta y no deje ningún espacio sin rellenar. Si no está segura de su respuesta, déjese llevar por su primer impulso.

Datos generales

Edad: _____ Municipio de residencia: _____ Estado civil:

Número de hijos: 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____ más de 6 ____

Último nivel de estudios completados: Primaria Secundaria Preparatoria Técnico Superior
Universitario (TSU) Licenciatura Posgrado

Cuántas personas dependen económicamente de usted: _____

Personas que dependen económicamente de usted: Conyugue Hijos Padres Usted misma
Otro:

En su negocio usted vende:

Antigüedad de su negocio: Menos de 6 meses 6 meses a 1 año Entre 1 y 3 años Entre 3 y 5 años Entre 5 y 10 años Más de 10 años

Cuántos empleados tiene en su empresa: _____

Seleccione la principal razón por lo que inició su negocio (marque solo una):

PRINCIPAL RAZÓN	SELECCIÓN
Crisis económica (familiar o propia)	
Falta de flexibilidad de horario como empleada	
Desempleo / Despido	
Poner en práctica una idea innovadora	
No encontré trabajo acorde a mi profesión	
Siempre quise tener mi propio negocio	
Otro:	

De sus retos como emprendedora y empresaria

Seleccione los retos a los que se ha enfrentado durante su emprendimiento, marcando si esta dificultad se presentó al inicio de su negocio o actualmente. Si es un problema que persiste desde el inicio, marque ambos. Si no ha presentado alguna de las dificultades, marque la última casilla (No Aplica).

RETO O DIFICULTAD	Al inicio	Actualmente	No aplica
He enfrentado escasez de recursos económicos para operar			
He tenido dificultad para establecer la calidad del producto o servicio			
He tenido dificultad para establecer relaciones con los empleados (en caso de tener empleados contratados)			
Creo que me falta experiencia en el manejo de negocios			
Me ha faltado apoyo de personas cercanas a mí (familia y amigos)			
Creo que me falta experiencia en crear estrategias de marketing (publicidad, desarrollo de productos o elección de clientes adecuados)			
He tenido problemas en mis relaciones familiares por atender el negocio.			
Me falta tiempo para atender actividades del hogar			
Me es difícil equilibrar mi tiempo entre el trabajo y la familia			
Me falta energía para atender actividades sociales			
Las preocupaciones por el negocio han interferido en mi vida personal			
He tenido conflictos de pareja por el tiempo invertido en el negocio (en caso de tener pareja o haberla tenido durante el proceso de emprendimiento)			
Considero que me falta experiencia en el manejo financiero y fiscal del negocio			
Tengo dificultad para el manejo de herramientas tecnológicas en el negocio			
OTRO:			

De sus características como emprendedora y empresaria

Seleccione la opción que considere más cercana a su forma de actuar de acuerdo con las siguientes opciones de respuesta. Recuerde no dejar ninguna pregunta sin responder.

Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

¿En qué medida se encuentra de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Enunciado		1	2	3	4	5
1	Actúo por mí misma antes de que las circunstancias me obliguen					
2	Constantemente busco nuevos productos o servicios que me ayuden a mejorar mi trabajo					
3	Aprovecho oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos					
4	Me esfuerzo en fabricar un producto u ofrecer un servicio que considere cumple o rebasa las expectativas de mis clientes					
5	Recabo toda la información posible antes de comenzar una tarea o un proyecto nuevo					
6	Afronto todos los riesgos que implican tener un negocio					
7	Me es importante invertir ahora para obtener beneficios tiempo después					
8	Hago un gran esfuerzo para que mi trabajo deje satisfechos a los demás					
9	Constantemente observo oportunidades de negocio en el contexto en el que me encuentro					
10	Tengo conocimientos para abrir un negocio					
11	Tengo conocimientos para operar un negocio					
12	Cuento con la experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que le ofrezco a mis clientes					
13	Estoy consciente de las necesidades que llevan a abrir un negocio					
14	Conozco el entorno empresarial					
15	Conozco mis fortalezas					
16	Calculo los riesgos de manera intencional cuando inicio alguna actividad					
17	Evalúo todas las alternativas al iniciar una actividad					
18	Actúo para reducir los riesgos					
19	Controlo los resultados cuando asumo riesgos					
20	Me atraen las situaciones que conlleven un riesgo o reto moderado					
21	Me esmero en realizar actividades que necesitan hacerse					
22	Termino mi trabajo a tiempo					
23	Me enoja cuando las cosas no se hacen debidamente al hacerlas otras personas					
24	Hago lo que se necesita sin que otros me lo pidan					
25	Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otros con quienes trabajo					
26	Creo que el trabajo me da mayor satisfacción que el dinero					
27	Cuando enfrento un problema difícil, invierto tiempo en encontrar la solución más conveniente posible					
28	Hago todo lo necesario o cambio de estrategia para hacer frente a un reto u obstáculo					
29	Asumo toda la responsabilidad en el logro de mis metas y objetivos					
30	Intento diferentes formas de superar obstáculos que se interpongan en el logro de mis metas					

31	Hago uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros					
32	Me apoyo en personas clave para alcanzar mis objetivos					
33	Desarrollo y mantengo una red de contactos de negocios					
34	Convenzo a los demás para que apoyen mis recomendaciones					
35	Insisto varias veces para conseguir que otros hagan lo que quiero que hagan					
36	Me esfuerzo de manera extraordinaria para realizar mi trabajo					
37	Colaboro con mis compañeros					
38	Me pongo en el lugar de mis compañeros para terminar un trabajo de ser necesario					
39	Valoro la buena voluntad de los demás en el trabajo, por encima de las ganancias en el corto plazo					
40	Cumplo las promesas que hago					
41	Me fijo metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto					
42	Tengo una visión clara y específica de lo que quiero a largo plazo					
43	Me fijo objetivos frecuentemente					
44	Mido los objetivos frecuentemente					
45	Planifico un gran proyecto, dividiéndolo en tareas más pequeñas					
46	Le presto toda la atención a los demás cuando hablan conmigo					
47	Considero que mi familia y el negocio son importantes para mí					
48	En el futuro, pienso traspasar el negocio a mis hijos (en caso de tenerlos)					
49	Considero que tener un negocio es un patrimonio familiar					
50	Me importa la imagen que proyecto a la comunidad					
51	Considero que la familia debe formar parte de un negocio para que funcione mejor					
52	Busco independencia, evitando el control por las reglas y normas de los demás					
53	Confío en mí misma para terminar una tarea difícil o enfrentarme a un reto					
54	Planifico tareas grandes en más pequeñas con plazos de finalización					
55	Hago un seguimiento de mis planes para revisar resultados y las nuevas condiciones del entorno					
56	Mantengo un registro de mis actividades y me apoyo de estos registros para tomar decisiones					
57	Confío en que puedo tener éxito en cualquier actividad que decida realizar					
58	Busco obtener un estilo de vida confortable					
59	Busco maximizar el crecimiento del negocio					
60	Me motiva incrementar las ventas y utilidades					
61	Mi meta es incrementar mis ingresos					
62	Me motiva crear mi propio trabajo					
63	Para mí tener un negocio es cumplir con un reto					
64	Me motiva probar que puedo lograr un negocio					
65	Me motiva que se me reconozca por mi negocio					
66	Me motiva lograr mi crecimiento por medio de mi negocio					
67	Me motiva tomar mis propias decisiones					
68	Me motiva ser mi propio jefe					
69	Mi negocio me permite mantener mi libertad de horario					
70	Mi negocio me permite estar cerca de mi familia					
71	Mi negocio me permite divertirme					
72	Mi negocio me permite tener estabilidad laboral					
73	Tener un negocio me ayuda a prepararme para mi retiro					

74	Proveo trabajo para miembros de mi familia					
75	Me motiva dejar un negocio como legado					
76	Hago que las demás personas se sientan bien estando conmigo					
77	Los demás tienen fe en mí					
78	Los demás se sienten orgullosos de asociarse conmigo					
79	Explico claramente a los demás lo que podríamos y deberíamos hacer					
80	Hablo con entusiasmo sobre lo que hay que hacer para alcanzar los objetivos					
81	Ayudo a los demás a encontrar sentido a su trabajo					
82	Tengo una visión positiva del futuro y ésta me motiva					
83	Tengo confianza en que las metas se lograrán					
84	Permito que otros propongan nuevas formas de resolver problemas					
85	Ofrezco a los demás nuevas maneras de mirar situaciones complejas					
86	Promuevo que las personas generen nuevas ideas para mejorar el trabajo					
87	Vuelvo a examinar las soluciones a los problemas para preguntarme si son apropiadas.					
88	Ayudo a otros a desarrollar sus fortalezas					
89	Dedico tiempo a los demás para hacer comentarios sobre su trabajo					
90	Doy atención para que ningún miembro se sienta excluido					
91	Dedico tiempo para enseñar o entrenar a mis compañeros					
92	Le digo a los otros qué hacer si quieren ser recompensados en su trabajo					
93	Ofrezco reconocimientos / recompensas cuando los demás alcanzan sus metas					
94	Estoy atenta a lo que otros pueden obtener de acuerdo con sus logros					
95	Me siento satisfecha cuando los otros cumplen con las normas acordadas					
96	Realizo ajustes o cambios cuando noto que las cosas comienzan a fallar					
97	Doy indicaciones para que todos hagan su trabajo satisfactoriamente					
98	Me involucro cuando los problemas son tan serios que solo yo puedo resolverlos.					
99	Doy especial atención a los errores cuando se están viendo afectados los estándares esperados					
100	Dejo que los demás trabajen de la forma en que se sientan más cómodos.					
101	Doy mi opinión solo si se me solicita					
102	Exijo solo lo indispensable cuando estoy trabajando con otros.					
103	Tiendo a ausentarme de manera recurrente cuando estoy trabajando con otros					
104	Evito tomar decisiones					

¡Muchas gracias por su participación y valioso apoyo!

Apéndice 3

Cuestionario para empresarias y emprendedoras de Tabasco

Formato digital por medio de la plataforma para formularios Google Forms.

Hipervínculo de consulta: <https://forms.gle/5cn2Gzr7UPUSRnjVA>

Formato digital por medio de la plataforma para encuestas Jotform

Hipervínculo de consulta: <https://form.jotform.com/212785225673865>

Apéndice 4

Factores por constructos con base en resultados del análisis factorial exploratorio.

Sub-apéndice 4a.

**Carga factorial con análisis de máxima verosimilitud y rotación varimax para el
 constructo Motivación.**

Ítem	F1	F2	F3	F4
MEOI56	0.569	0.000	0.008	0.189
MEOI58	0.740	-0.030	0.069	0.176
MEOI59	0.692	-0.029	0.112	0.069
MEOI60	0.525	0.076	0.123	0.271
MEFI62	0.652	-0.105	-0.002	0.251
MEFI63	0.401	-0.233	0.057	0.118
MEFI64	0.684	-0.017	0.132	0.330
MEBA65	0.901	-0.065	0.034	-0.124
MEBA66	0.579	0.023	0.173	0.023
MESE70	0.024	0.794	-0.015	0.081
MESE71	-0.119	0.855	0.041	-0.033
MESE72	-0.151	0.657	0.032	0.245
MESE73	0.143	0.390	0.049	0.357
MEBA67	0.004	0.064	0.881	0.031
MEBA68	0.165	0.047	0.728	-0.021
MEBA69	0.132	-0.039	0.568	0.124
MEOI57	0.262	0.182	0.050	0.613
MEFI61	0.462	0.144	0.115	0.549

Nota. Elaboración propia.

Sub-apéndice 4a.

**Carga factorial con análisis de máxima verosimilitud y rotación varimax para el
constructo Liderazgo.**

Ítem	F1	F2
LTRANSINID88	0.632	0.296
LTRANSMI75	0.954	0.113
LTRANSMI82	0.776	0.231
LTRANSMI89	0.906	0.045
LTRANSMI02	0.509	0.241
LTRANSEI76	0.946	0.126
LTRANSEI83	0.941	0.096
LTRANSEI90	0.915	0.110
LTRANSCI77	0.952	0.082
LTRANSCI84	0.914	0.027
LTRANSCI91	0.947	0.148
LTRANSCI01	0.567	0.398
LTRANSACRC78	0.884	0.148
LTRANSACRC85	0.906	0.053
LTRANSACRC92	0.955	0.122
LTRANSACDXE79	0.973	0.110
LTRANSACDXE86	0.595	0.313
LTRANSACDXE93	0.963	0.172
LTRANSACDXE01	0.847	0.158
LTRANSACDXE02	0.649	0.247
LNOLID80	-0.886	-0.202
LNOLID87	-0.617	-0.085
LNOLID94	-0.806	-0.208
LTRANSMI01	0.379	0.391
LTRANSEI01	-0.111	0.405
LNOLID01	-0.156	-0.705
LNOLID02	-0.101	-0.319

Nota. Elaboración propia.

Sub-apéndice 4a.

Carga factorial con análisis de máxima verosimilitud y rotación varimax para el
constructo Competencias Emprendedoras.

ítem	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11
CEEE1	.439	-.090	-.149	.042	.032	.003	.044	-.197	.108	.084	.021
CENE6	.395	.064	.074	.360	.000	.091	-.019	-.073	-.014	-.058	.052
CENE7	.468	.170	-.070	.036	.046	.027	-.089	.159	.188	.157	-.041
CENE8	.575	.025	-0.079	.122	-.033	.032	-.007	-.047	.222	-.021	-.089
CEETP14	.574	.083	-.113	.281	-.016	.011	.048	.051	.079	.082	.072
CETA20	.606	-.004	-.024	.121	.182	.198	.063	-.091	.138	.008	-.089
CETA21	.366	.027	.274	.180	.120	.011	.072	-.069	.072	-.140	.063
CETA23	.497	.150	.051	.080	-.050	.100	.016	.073	.406	.096	.091
CECRA26	.658	.036	-.033	.134	-.051	.237	.041	.012	.150	-.136	.058
CECRA27	.482	.280	-.065	.092	.154	.059	.188	.074	.041	-.136	.111
CECRA28	.802	.030	-.105	.057	-.011	.047	.048	.033	-.009	-.034	.041
CECRA29	.619	.110	-.108	.107	.011	.073	.106	-.040	-.068	.078	.108
CEC35	.634	.042	-.036	.023	.128	-.015	.020	-.023	.132	.113	.085
CEC39	.686	.110	-.025	.038	-.023	-.092	-.010	-.165	-.127	.332	-.004
CEFYN45	.496	.123	.001	.090	.009	.034	.134	.036	-.126	.039	-.037
CEFYN46	.722	.044	.001	.019	.058	-.055	-.043	-.019	-.265	.208	-.110
CEFYN49	.614	.073	.086	.119	.050	.063	.039	.106	.124	-.090	-.084
CEPE50	.390	.046	-.073	.049	.045	.015	.033	-.093	-.040	.023	.206
CEPE51	.782	-.003	-.037	.057	.055	.042	.031	-.023	.187	.007	-.019
CEPE55	.753	.026	-.082	.073	.002	-.055	.133	.100	-.087	-.020	.002
CEEE3	.155	.572	-.016	.000	.551	.118	.026	.037	.101	.098	.060

ítem	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11
CEEE5	.061	.658	.066	.059	.242	.091	.111	-.018	.200	.094	.122
CENE01	.254	.513	.100	-.007	.388	.087	-.024	.022	.087	.190	-.020
CETR19	.269	.429	.020	.147	.153	.126	.163	-.064	-.056	.014	.093
CECTO30	.016	.600	.120	.055	.077	-.007	.048	-.132	-.109	.022	.143
CECTO31	.311	.513	.053	.072	.105	-.017	.089	-.093	.248	.253	-.021
CECTO32	.152	.576	.146	.087	.162	.080	.031	-.022	.156	.330	.199
CECTO33	.251	.432	.005	.107	.047	.058	.095	-.100	.111	.247	.333
CEP42	.124	.801	.208	.011	.057	.106	-.035	.148	-.030	.202	-.061
CEP43	.025	.849	.266	.059	-.026	.065	-.010	.068	-.061	.053	-.099
CEP44	.061	.732	.182	.138	.037	.103	.122	.056	-.060	-.113	-.035
CEPE52	.123	.721	.053	.143	-.055	.029	.030	.115	.168	-.049	-.101
CEPE53	-.091	.887	.182	.075	.019	.024	-.015	.076	.034	-.173	.129
CEPE54	-.108	.813	.294	.035	.043	.014	.048	.076	.043	-.081	.107
CETA22	-.081	.225	.553	.182	.072	.055	.046	.163	.014	.036	.141
CETA24	-.094	.159	.758	.085	-.029	-.007	.006	.104	.060	.066	.228
CEC36	-.093	.207	.888	.179	-.003	.046	.012	.007	-.031	.003	-.024
CEC37	-.088	.201	.920	.176	-.012	.052	.007	-.053	-.003	-.041	-.047
CEC38	-.115	.170	.921	.150	.001	.021	-.024	-.009	-.025	-.011	-.085
CEFYN01	-.102	.177	.560	-.065	.036	-.024	.072	.326	.123	.045	.069
CEETP9	.132	.091	.124	.919	-.016	.040	.078	.030	-.031	-.002	.046
CEETP10	.221	.066	.113	.888	-.040	.036	.051	-.003	-.008	-.001	.038
CEETP11	.273	-.034	.148	.408	.127	.100	.114	.040	.033	.053	.020
CEETP12	.434	.051	.223	.500	.085	.126	.068	.160	.140	-.003	-.090
CEETP13	.065	.234	.275	.605	-.019	.117	.061	-.024	.167	-.001	-.036
CEP41	.306	.299	.159	.369	-.046	.002	.129	.106	.076	.122	-.042

ítem	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11
CEEE2	.149	.510	.029	-.036	.840	.004	-.008	-.015	.009	-.027	.073
CETR15	.208	.308	.091	.237	.070	.880	.116	-.014	.025	.057	.005
CETR16	.370	.301	.099	.216	.022	.488	.317	.042	-.075	-.011	.022
CETR17	.417	.228	.020	.358	-.008	.208	.731	-.013	-.027	.021	.017
CETR18	.354	.368	.143	.345	.020	.180	.512	.021	.093	.018	.004
CEFYN47	.154	.128	.479	.130	.028	-.055	-.053	.560	.083	.060	-.117
CEFYN48	.140	.024	.508	.056	-.024	.047	.044	.623	.017	-.037	.027
CEEE4	.326	.154	.080	.091	.138	.006	-.004	.070	.485	.018	.023
CEP40	.387	.425	.100	.003	.050	.099	.018	.091	.000	.474	.042
CECTO34	.006	.382	.346	.008	.086	-.012	-.019	.001	.066	-.011	.608

Nota. Elaboración propia.