

ICAM

Investigación en Ciencias Administrativas Anáhuac Mayab

7° Congreso Internacional y
8° Coloquio Doctoral

CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE LA EMPRESARIA TABASQUEÑA Y MODELO DE EMPRENDIMIENTO

Presenta Jennifer Darvelia Miranda Sánchez

DOCTORADO EN ESTUDIOS ECONÓMICOS Y ADMINISTRATIVOS - UJAT



Problemática

La mujer al decidir iniciar un emprendimiento se topa con barreras sociales relacionadas a los roles de género y que son establecidas, aunadas a la responsabilidad propia del negocio, propiciando el retraso de su progreso en el desarrollo de su emprendimiento.

Los emprendimientos en consecuencia:

- Son de menor tamaño
- Participan en menos sectores o en sectores relacionados a “lo femenino”
- Tienen menos opciones crediticias, operando, al inicio, bajo capital personal o préstamos familiares
- Tienden a desaparecer más rápido
- Tienen menos empleados, o ninguno.

En el Estado de Tabasco las investigaciones sobre el comportamiento empresarial de la mujer se ha realizado bajo en estudios multicasos en muestras pequeñas, principalmente. Dejando de lado las características de emprendimiento de éstas, los motivos que las llevan a desarrollar sus negocios y el tipo de liderazgo que ejercen al frente de éstos.



Preguntas y objetivos de investigación

Preguntas de investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos
¿Cuáles son las características de las empresarias tabasqueñas a partir de su motivación, de sus competencias emprendedoras y de su liderazgo?	Diseñar un modelo de emprendimiento de las mujeres tabasqueñas a partir de un diagnóstico de su motivación, de sus competencias emprendedoras y de su liderazgo, para el impulso de su desempeño como empresarias	Identificar la motivación, las competencias emprendedoras y el liderazgo de las empresarias tabasqueñas.
¿Cuáles son los factores que motivan a las empresarias tabasqueñas para iniciar y continuar con un emprendimiento?		Identificar las dificultades percibidas de las empresarias tabasqueñas durante el emprendimiento.
¿Cuáles son las competencias emprendedoras que desarrollan las empresarias tabasqueñas?		Establecer la relación entre la motivación, el desarrollo de competencias emprendedoras y el liderazgo en las empresarias tabasqueñas.
¿Cuál es el estilo de liderazgo que implementan las empresarias tabasqueñas?		Identificar los elementos que pueden componer un modelo enfocado en el emprendimiento femenino.
¿Qué dificultades perciben las empresarias tabasqueñas durante el emprendimiento?		Diseñar y proponer un modelo para el desarrollo del emprendimiento en las mujeres tabasqueñas.
¿Cuál es la relación entre la motivación, el desarrollo de competencias emprendedoras y el liderazgo en las empresarias tabasqueñas?		
¿Qué elementos podrían intervenir en el desarrollo de un modelo para el emprendimiento femenino?		

Hipótesis de investigación

H1. Las empresarias tabasqueñas tienen como principal motivación la búsqueda de autonomía y seguridad económica.

H2. Las empresarias tabasqueñas poseen altos índices de capacidad para reponerse y aprender.

H3. Las empresarias tabasqueñas poseen características propias de un estilo de liderazgo transformacional.

H4. Las empresarias tabasqueñas identifican como principal dificultad la conciliación entre la vida laboral y familiar durante el emprendimiento.

H5. Existen relaciones positivas y significativas entre la motivación, las competencias emprendedoras y el liderazgo en las mujeres tabasqueñas.

Justificación

1. Esta información podría ser de utilidad para entidades gubernamentales en el desarrollo de políticas públicas que busquen cumplir con los objetivos de la agenda 2030 al procurar el desarrollo equitativo de la mujer (ODS 5); así como del Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024 (O.P. 1 y 5).
2. Puede propiciar el desarrollo de programas en las cámaras comerciales que tengan dentro de sus políticas el fomento de la participación de la mujer en la actividad económica, por medio de la identificación de las dificultades que han presentado las participantes.
3. No hay suficientes estudios que retraten o perfilen a la mujer tabasqueña como empresaria y sus competencias emprendedoras, así como sus habilidades de liderazgo al estar al frente de su emprendimiento.
4. Permite el desarrollo de otras investigaciones y propuestas posteriores para el fortalecimiento del espíritu emprendedor de las mujeres.

Delimitaciones

- Espacio geográfico: Estado de Tabasco, principalmente en el municipio de Centro, donde se reporta según el Censo Económico 2019 el 36.3% de todas las UE del Estado.
- Participantes: Mujeres que estén al frente de un emprendimiento comercial de cualquier tamaño (debido a que las cifras por el CE 2019 es impreciso en cuanto a las características de las mujeres propietarias de negocios).

Limitaciones

- La falta de información específica en fuentes fiables sobre el giro, tamaño, sector, industria, ubicación y distribución de las mujeres que son propietarias de negocios, dejando abierta la posibilidad de participar a cualquier mujer con las características para este estudio, pero complicando su localización.
- Desinterés o temor a raíz del clima de inseguridad que prevalece en el territorio para participar.

Fundamentación Teórica

Emprendimiento

- Emprendimiento
- El emprendedor
- **Competencias emprendedoras.**

Motivación

- Motivación
- Teorías de la motivación
- **Motivación para emprender**

Liderazgo

- Liderazgo
- Liderazgo y emprendimiento
- **Estilos de liderazgo**

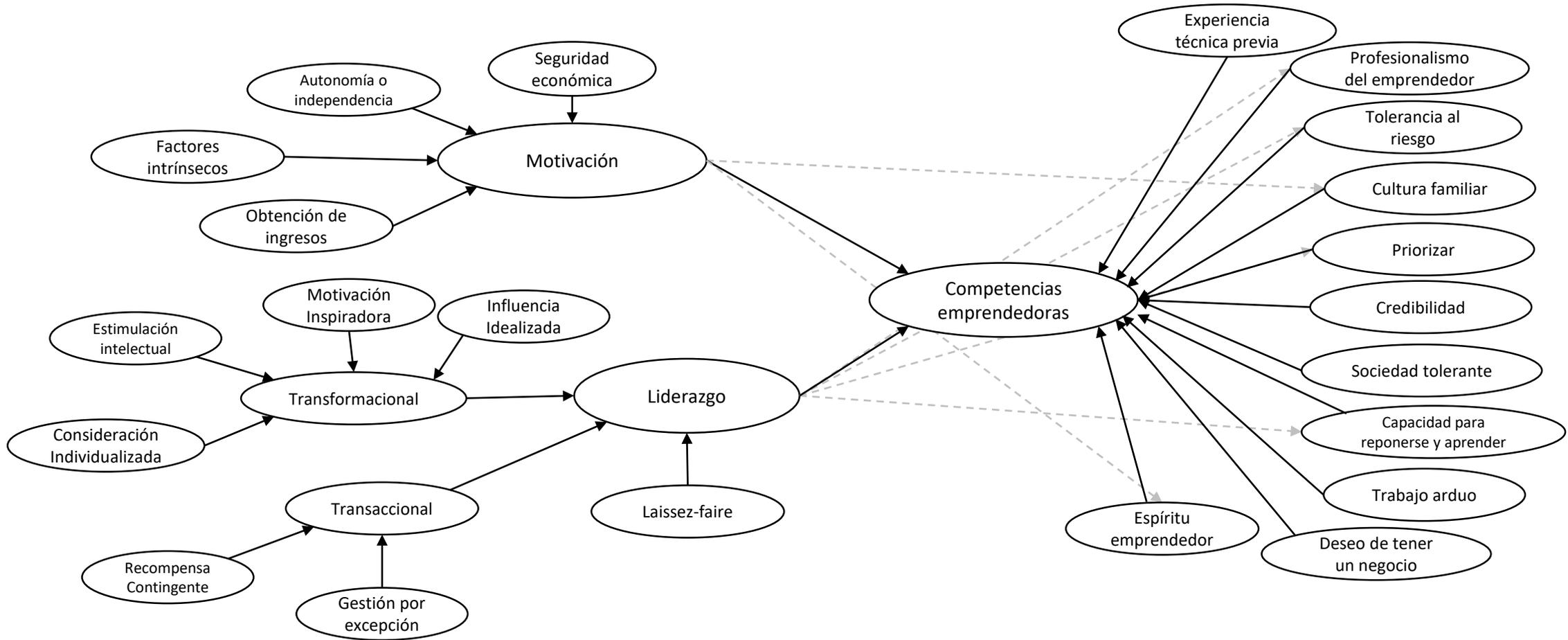
La participación de la mujer en el emprendimiento

- Áreas en que emprende la mujer
 - Motivación en la mujer para emprender
- La mujer y su estilo de liderazgo

Las empresarias en el contexto nacional, internacional y estatal

- El 15% de las empresas a nivel global son propiedad de mujeres (BM, 2020)
- El 36.6% de mipymes son propiedad de mujeres (INEGI, 2019)
- En Tabasco, el 32% de las MiPyMEs son propiedad de mujeres.

Modelo teórico



Metodología

<p>Método: Inductivo Enfoque: Cuantitativo</p>	<p>Participantes: Empresarias tabasqueñas, principalmente ubicadas en el municipio de Centro.</p>	<p>Muestra: No probabilístico No representativa, pero permite tener una aproximación a la realidad (Vier, 2016).</p>	<p>Proceso de recolección de datos: Sensibilización de las empresarias. Instrumento administrado de manera presencial y virtual por medio de plataformas</p>
<p>Diseño: No experimental transversal</p>	<p>Criterios de selección: Mujeres que posean un negocio, de cualquier tamaño y tengan mínimo de operación.</p>	<p>Muestreo: Bajo Intencionalidad Conveniencia del investigador Se recurre a bola de nieve</p>	<p>Análisis de la información: Concentración base de datos. Análisis en SPSS V25 y AMOS V23</p>
<p>Tipo: Correlacional-causal</p>	<p>Población: 21,180 propietarias (INEGI, 2019)</p>	<p>Técnica: Investigación de campo con encuesta.</p>	<p>Prueba piloto: Características propias de la población de estudio. En dos regiones del Estado (Centro y Chontalpa). Administración presencial y virtual.</p>

Construcción del instrumento (previo a prueba piloto)

Variable	Dimensiones	Ítems	Autor
Competencias emprendedoras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Espíritu emprendedor 2. Necesidad de existir 3. Experiencia técnica previa 4. Tolerancia al riesgo 5. Trabajo arduo 6. Capacidad de reponerse y aprender 7. Capacidad para trabajar con otros 8. Credibilidad 9. Priorizar 10. Familia y negocio 11. Profesionalismo del emprendedor 	55 ítems distribuidos en las 11 dimensiones.	<p>Teoría propuesta por Palacios (1999), retomada por Santos (2011) y adaptada para la construcción de un instrumento para evaluar las C.E. en el contexto Campechano y Yucateco.</p> <p>Adaptado por Mandujano (2017) para el estudio en Tabasco.</p>
Motivación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtención de ingresos 2. Aspectos intrínsecos 3. Autonomía/ Independencia 4. Seguridad económica 	18 ítems distribuidos en las 4 dimensiones	López et al (2016), generado para el estudio comparativo de género de las motivaciones para emprender en México.
Liderazgo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transformacional 2. Transaccional 3. Laissez-Faire 	21 ítems distribuidos en los 7 indicadores que componen a las 3 dimensiones señaladas.	<p>Adaptado del MLQ de Bass y Avolio (1997) por Northouse (2010) en su versión corta 6S.</p> <p>Retomado y adaptado por García y Martínez (2017) en Colombia y Castro y Espinoza (2020) en Ecuador; para estudiar la relación de liderazgo y género.</p>

Validación del Instrumento por Juicio de Expertos

Expertas			Participación	Análisis
1	2	3	Cédula de evaluación	
Líneas: Emprendimiento Género	Líneas: Emprendimiento Desarrollo de emprendedores	Líneas: Emprendimiento Liderazgo	Coherencia, relevancia, suficiencia y claridad (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008)	Criterios de Concordancia Kappa de Fleiss (Landis y Koch, 1977). - SPSS V25

Criterio	Valor de Kappa Obtenido	Interpretación
Suficiencia	0.427	Concordancia moderada
Coherencia	0.437	
Relevancia	0.507	
Claridad	0.480	

Fiabilidad del Instrumento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	37	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	37	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Dimensión	Alpha de la dimensión
Competencias Emprendedoras	0.950
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
Transformacional – Consideración individualizada	0.683
Liderazgo Transaccional	0.772
Transaccional – Recompensa contingente	0.700
Transaccional – Dirección por excepción	0.486
No liderazgo	0.671

Composición del Instrumento (Modificación para campo)

Sección		Notas	
1. Aspectos demográficos		Sin modificaciones o ajustes	
2. Principal razón para emprender y Retos al emprender			
4. Variables del Estudio	Competencias emprendedoras	Modificaciones en ítems de las dimensiones: Necesidad de existir (2) Trabajo arduo (1) Familia y Negocio (1) Adición de ítems en las dimensiones: Necesidad de existir (1) Familia y Negocio (1)	De 55 a 57 ítems Modificados con base en observaciones de las expertas
	Motivación	Modificaciones en ítems de las dimensiones: Factores intrínsecos (3)	Mantuvo 18 ítems Modificados con base en observaciones de las expertas
	Liderazgo	Modificaciones en ítems de las dimensiones: Liderazgo transformacional: - Motivación inspiradora (2) - Estimulación Intelectual (3) - Consideración Individualizada (3) Liderazgo transaccional: - Dirección por excepción (2) No Liderazgo (3) Adición de ítems en las dimensiones: Liderazgo transformacional: - Motivación inspiradora (2) - Estimulación Intelectual (1) - Consideración Individualizada (1) Liderazgo transaccional: - Dirección por excepción (2) No Liderazgo (2)	De 21 a 28 ítems Modificados con base en observaciones de las expertas Añadidos con base en el MLQ 5X versión corta
		Instrumento anterior: 94 ítems Instrumento final: 103 ítems	

Avances a la fecha

- Se ha concluido el trabajo de campo con la participación de 212 empresarias.
- Se está realizando el análisis de los datos, tanto por herramientas descriptivas como multivariantes para alcanzar los objetivos propuestos.

Referencias

- Alcaráz Rodríguez, Rafael, (2011). *El emprendedor de éxito*. 4ta. ed. México: McGraw-Hill.
- Alonso Nuez, M. J., & Galve Górriz, C. (2008). Dinamismo empresarial y autoempleo: Una comparativa a nivel europeo. *Proyecto Social: Revista De Relaciones Laborales*, (12), 17-40.
- Amorós Espinosa, José Ernesto y Pizarro Stjepović, Olga (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Universidad y Empresa*, 5(11), 15-32.
- Barroso, F. G., Santos, R. A., Ávila, J. I., & Córdova, M. N. (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.
- Betancourt, A., Tamez, X., Medina, C. y Reyes, M. (2012). Principales Estilos De Liderazgo De La Mujer Empresaria En Ciudad Valles San Luis Potosí, México. *Tlatemoani*, (10).
- Briseño, O., Briseño, A., y 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.
- Caldas, Eugenia; Carrión, Reyes y Heras, Antonio (2014). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: EDITEX.
- Carland, J.A. y Carland, J.W. (1991). An empirical investigation into the distinction between male and female entrepreneurs and managers. *International Small Business Journal*, 9(3), 62-72.
- 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.
- Daeren, L. (2000). *Mujeres empresarias en América Latina: el difícil equilibrio entre dos mundos de trabajo. Desafíos para el futuro*. Proyecto CEPAL-GTZ. Institucionalización del Enfoque de Género en la CEPAL y en Ministerios Sectoriales.
- DeTienne, D.R. & Chandler, G.N. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3).
- Dornelas, J.C.A. (2001). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus.
- Harper, M. (1991). Enterprise development in poorer nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 7-12.
- 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.
- Hernández, K., González, L. y Herrera, M. (2016). *Reporte Regional 2016, México. Global Entrepreneurship Monitor*. México: Tecnológico de Monterrey.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. (2004). *Empreendedorismo*. 5ª ed, Porto Alegre: Bookman.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Hoskisson, R.E. (2008). *Administração Estratégica: competitividade e globalização*. 2ª ed, São Paulo.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2016). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (segundo trimestre 2016)*. México: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2016). *Censos Económicos 2014. Resultados definitivos (julio de 2015)*. México: INEGI.
- Instituto Nacional de las Mujeres (2003). Las mujeres empresarias en México. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf
- Instituto Nacional de las Mujeres (2017). *Población ocupada de 15 años y más por posición en la ocupación según sexo*. Recuperado de: http://estadistica.inmujeres.gob.mx/formas/muestra_indicador.php?ove_indicador=519&Switch=1&Descripcion=2=Distribuci%EF%BF%BDn%20porcentual&indicador=2=520&origina=0&fuente=519.pdf&IDnivel=1.
- Instituto Nacional de las Mujeres (2019). Sistema de Indicadores de Género: Empleadoras. Recuperado de: <http://estadistica.inmujeres.gob.mx/formas/taletas/Empleadoras.pdf>
- Jordán Aguirre, Jacinta, Serrano Orellana, Bill, Pacheco Molina, Andrés y Brito Gaona, Luis (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción*, 32(81), 238-261.
- Kimmel, M. (2000). *The gendered society*. New York Oxford: Oxford University Press.
- Kirzner, I.M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago II. University of Chicago Press.
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- López-Fernández, M., Romero-Fernández, P. M., y Díaz Carrión, R. (2012). *Motivaciones para emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres*. Recuperado de: <http://rodin.uca.es/xmlui/handle/10488/16103>.
- Martínez, F. M., & Carmona, G. (2009). *Aproximación al concepto de "Competencias emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas*. Recuperado de: <http://www.rinace.net/revista/numeros/arts/vol7num3/art6.htm>.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for competence rather than intelligence. *American Psychologist*, 28 (1), 1-14.
- Menches, C., y Abraham, D. (2007). Women in construction – tapping the untapped resource to meet future demands. *Journal of Construction Engineering and Management*, 133(9), 701-707.
- Messina, M., & Hochstain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en Técnicas de Data Mining. *Tec Empresarial*, 9(1), 31-40.
- Moreno, T. (2010). Perfil de la mujer empresaria chilena. *ICESI*, (28), 195-207.
- Olmos Arrayales, Jorge, (2007). *Tu potencial emprendedor*. Ed. Pearson Educación. México.
- ONU Mujeres (2016). *Empresas y empoderamiento de las mujeres. Principios para el empoderamiento de las mujeres en las empresas*. México: Red del Pacto Mundial.
- Orellana Ramírez, Alicia, Casado Belmonte, Ma. del Pilar, López Puga, Jorge (s.f.) *Caracterización del perfil y motivaciones para emprender de la mujer en Andalucía*. [Ponencia presentada en XVI Congreso AECA]. Recuperado de: http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoeca/od/140c.pdf.
- Orrego, C. I. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (27), 235-252.
- Ortiz, C. Duque, Y. y Camargo, D. (2008) Una revisión a la investigación en Emprendimiento Femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, XVI (1), 85-104.
- Powell, G.N. (1999). *Reflections on the Glass Ceiling. Recent trends and future prospects*. En G.N. Powell (Ed). *Handbook of Gender and Work*. 325-345.
- Portillo, M. y Millán, A. (2016) Moderators elements of entrepreneurship. Gender differences. *Suma de Negocios*. Recuperado en: https://ac.els-odn.com/S2215910X16000033/1-s2.0-S2215910X16000033-main.pdf?_id=50dccc855-608c-4881-8128-a43cd1767720&acdnat=1526099700_b618a8d1c02dcb15d1938d6e3d914069
- Reyes Recio, Luisa E., Pinillos Costa, Ma. José y soriano Pinar, Isabel (2014). Diferencias de género en la orientación emprendedora. *Esic Market Economics and Business Journal*. 45(3), 441-460.
- Reskin, B. & H. Hartman. (1985). *Women's work, men's work: Sex segregation on the job*. Washington: National Academy Press.
- Rodríguez, M. y Santos, F. (2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. *Información Comercial Española, ICE*, (841), 117-134.
- 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.
- Sappletton, N. (2009). Women non-traditional entrepreneurs and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3), 192-218.
- Schumpeter, J. (1934). *Theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Urbano, David y Toledo, Nuria, (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: UOC.
- Vale, G.V.; Wilkinson, J.; Amâncio, R. (2008). Empreendedorismo, Inovação e Redes: Uma nova abordagem. *RAE – eletrônica*, 7(1).
- Ventura, R., & Quero, M. J. (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.
- Watson, J. (2002). Comparing the performance of male- and female-controlled businesses: Relating outputs to inputs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 91-100.
- 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.



Muchas gracias por su atención



Anáhuac
Mayab