



Relación entre la motivación y las competencias emprendedoras en empresarias

Relationship between motivation and entrepreneurial competencies in women entrepreneurs

Jennifer Darvelia Miranda Sánchez*, María del Carmen Sandoval Caraveo, Gilda María Berttolini Díaz

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido el 8 de octubre de 2022; aceptado el 4 de agosto de 2023
Disponible en Internet el: 8 de agosto de 2023

Resumen

La motivación y las competencias empresariales pueden considerarse relacionadas, ya que un individuo buscará poner en práctica sus mejores habilidades para desarrollar y sostener un emprendimiento. Con base en lo anterior, se presentan los resultados de un estudio en el que participaron 212 mujeres emprendedoras de Tabasco, México, utilizando un instrumento para medir sus motivaciones y competencias emprendedoras. Donde se identificó la priorización como principal competencia emprendedora y la búsqueda de autonomía como principal motivador para emprender. Además, por medio de un modelo de ecuaciones estructurales, se identificó que existe una relación positiva entre ambas variables, aunque ésta no es significativa. También se identificó que la seguridad económica no es un factor que explique el constructo de motivación para esta población. Ante esto, se propone el desarrollo de investigaciones que propongan constructos enfocados en las mujeres y su participación empresarial, considerando sus características particulares y contextuales.

Código JEL: M19, J16, L26, B54, C39

Palabras clave: motivación para emprender; competencias emprendedoras; emprendimiento femenino; mujeres empresarias; modelación de ecuaciones estructurales

* Autor para correspondencia

Correo electrónico: jennifer15miranda@gmail.com (J. D. Miranda Sánchez).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.

<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2024.4838>

0186- 1042/© 2019 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract

Motivation and entrepreneurial competencies can be perceived as interrelated. Individuals apply their most proficient skills to establish and sustain entrepreneurial ventures. This study presents findings derived from the participation of 212 female entrepreneurs from Tabasco, Mexico. The instrument used gauged their entrepreneurial motivations and competencies, building upon this premise. The research identified prioritization as the primary entrepreneurial competency and autonomy as the principal motivator for engaging in entrepreneurship. Furthermore, a structural equation model was employed, which observed a positive correlation between both variables, although it did not attain statistical significance. Additionally, economic security was not found to be a significant factor in explaining the motivation construct within this specific population. Hence, the study proposes the necessity for future investigations to propose constructs that center on women and their involvement in entrepreneurship, considering their distinct and contextual characteristics, to further enrich the field of study.

JEL Code: M19, J16, L26, B54, C39

Keywords: motivation for entrepreneurship; entrepreneurial competencies; female entrepreneurship; women entrepreneurs; structural equation modeling

Introducción

Organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) mencionan que la participación en el mercado laboral de la mujer, ya sea como empleada o al frente de un negocio, es necesaria para impulsar la economía de cualquier país o región, y aunque se ha señalado que su inserción debe ser vista como positiva para el desarrollo económico y la disminución de los índices de pobreza de las naciones, la realidad que ésta enfrenta cuando decide 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. Trasladando estos roles establecidos a los participantes de la sociedad, a la mujer se le ha atribuido un papel reproductivo y al hombre ser un ente productivo. Sin embargo, este rol que se ve perturbado cuando la mujer decide ser parte del mercado laboral, generándose un estigma sobre lo que debería estar haciendo y lo que está tratando de hacer (Chant y Pedwell, 2008; Araya, 2017).

La barrera de las estructuras patriarcales limita la autonomía de las mujeres, relegándolas al hogar en lugar del trabajo y generando una "brecha de género" que afecta su acceso a empleos y condiciones laborales precarias (Elizundia, 2015; Instituto Nacional de las Mujeres, 2016). A pesar de estos desafíos, muchas mujeres optan por emprender como una vía para alcanzar independencia económica y desarrollo personal. Esta motivación puede surgir de su precaria situación laboral, profesional o familiar, o bien, de un deseo intrínseco de crecimiento y logro personal (Santander-Astorga

et al., 2016). Aunque la teoría sugiere que la independencia económica es un factor motivador para emprender (Aguilar et al., 2014), las mujeres enfrentan y superan estas barreras en busca de su autonomía financiera y realización personal.

La investigación sobre el papel de la mujer en el emprendimiento y su participación como empresarias es escasa y limitada debido a la falta de datos estadísticos actualizados y enfoques metodológicos adecuados. Estudios como los de Selamat et al. (2020) Ozsungur (2019) Paredes et al. (2019) Lupsa-Tataru (2018) Ghani (2017) y Blasco-Burriel et al. (2016) han señalado estas limitaciones, lo que dificulta la identificación precisa de las mujeres participantes y su contribución a la economía emprendedora.

En el contexto del estado de Tabasco, donde se lleva a cabo esta investigación, es relevante señalar que las mujeres poseen el 32.41% de los establecimientos de tipo MiPyME, cifra que se sitúa por debajo de la media nacional de 36.56% (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2019). Este dato resalta la importancia de estudiar las características emprendedoras de las mujeres en esta región y comprender cómo sus motivaciones y competencias emprendedoras pueden influir en su participación económica y empresarial. El estudio cualitativo previo de Aguilar et al. (2014) sobre la gestión de pequeñas empresarias manufactureras ha dejado abierta una línea de investigación valiosa para profundizar en el contexto tabasqueño, donde los estudios han sido de menor alcance. Al entender la dinámica y los elementos que impulsan a las mujeres a emprender en esta área geográfica, se podrá ofrecer una visión más completa y significativa sobre su participación en la economía local y su papel como empresarias. 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 los siguientes objetivos:

- Identificar los factores presentes en la motivación para emprender de las mujeres tabasqueñas.
- Identificar las competencias emprendedoras que poseen las mujeres tabasqueñas que emprenden.
- Identificar la existencia de una relación entre la motivación para emprender y las competencias emprendedoras en las mujeres tabasqueñas.

Esta investigación es de gran relevancia al ser uno de los primeros estudios con una mayor cantidad de participantes en el estado de Tabasco, contribuyendo a la identificación de elementos clave relacionados con la motivación y las competencias emprendedoras en las mujeres. Además de servir como punto de partida para futuras investigaciones y propuestas que fortalezcan el espíritu emprendedor de las mujeres en la economía. La propuesta de desarrollar un modelo teórico que analice la relación entre la motivación y las competencias emprendedoras en las mujeres será un valioso recurso para entender su

comportamiento emprendedor y contribuir al crecimiento económico de la mujer a través del emprendimiento.

Sustento teórico

El emprendedor desempeña un papel crucial en la sociedad, siendo el motor que impulsa iniciativas innovadoras que mejoran el sistema económico. Su capacidad para detectar cambios y aprovechar nuevas oportunidades, junto con su espíritu explorador y creativo, lo convierten en un agente indispensable en diversos aspectos del desarrollo social, donde sus competencias personales le permiten enfrentar los desafíos asociados con el proyecto de emprendimiento, aportando recursos técnicos, económicos y mentales con el fin de lograr su éxito, lo que también se conoce como competencias emprendedoras (Aldavaras et al., 2012; Vale et al., 2008; Cantón et al., 2014; Vinocur y Kuchevasky, 2010).

Las competencias emprendedoras

El concepto de competencias, según McClelland (1973), se relaciona con las motivaciones y necesidades intrínsecas de las personas, lo que lleva a desarrollar ciertas habilidades para alcanzar sus objetivos en diversas áreas de su vida. En este estudio, se enfoca en las competencias relacionadas con el emprendimiento, ya que se ha demostrado que las competencias emprendedoras tienen un impacto significativo en el éxito empresarial. Estas competencias no solo se refieren a habilidades prácticas, sino también a valores y prácticas que influyen en la creación, desarrollo y consolidación de las empresas (Kyndt y Baert, 2015; Martínez y Carmona, 2009).

Para Man et al. (2008) la clasificación de las competencias para entender el comportamiento del emprendedor se da en seis áreas: competencias de oportunidad, organización, estratégicas, sociales, compromiso y conceptuales, ofreciendo una visión completa de las habilidades necesarias para el éxito en el emprendimiento. Por su parte, Toril y Valenciano (2011) realizaron estudios que identificaron una serie de características que los emprendedores adquieren o desarrollan, incluyendo ambición, aptitud mental positiva, creatividad, esfuerzo, iniciativa, tenacidad, visión de futuro, actitud negociadora y comercial, decisión, liderazgo, planificación y habilidades sociales. Estas cualidades se consideran fundamentales para el desarrollo y crecimiento de un emprendimiento exitoso, ya que permiten enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades de manera efectiva.

Plumly et al. (2008) encontraron que el potencial de emprendimiento en estudiantes universitarios se relaciona con competencias como habilidades analíticas e inteligencia de negocios para

la resolución de problemas y toma de decisiones. Por otro lado, Nwachukwu y Minh (2021) destacan que las competencias emprendedoras incluyen habilidades propias del emprendedor, determinadas por su personalidad, rol social, conocimientos, autopercepción y motivaciones para emprender. Palacios (1999) identificó varias competencias fundamentales para el desarrollo de negocios, tales como la necesidad de existir, la experiencia técnica previa, el espíritu emprendedor, el trabajo arduo, la capacidad para adaptarse y aprender, la tolerancia al riesgo, la credibilidad, la cultura familiar, el profesionalismo del emprendedor y una sociedad tolerante. Estas características han sido retomadas en investigaciones posteriores, como las de Barroso et al. (2014) para el sureste mexicano y de Mandujano (2017) para el contexto del estado de Tabasco.

H1. La "capacidad para trabajar con otros" está positiva y significativamente relacionada con la variable latente "competencias emprendedoras" en mujeres tabasqueñas.

Motivación para emprender

Para comprender lo que lleva a una persona a iniciar un negocio se deben reconocer los motivos que lo impulsan a formar una empresa (Mahto y McDowell, 2018), ante lo cual, la teoría sobre la motivación para emprender ha sido concebida a través de factores que coadyuvan en la misión empresarial. Debido a que el emprendimiento responde a motivos de interés personal o de necesidad, siendo un aparato dinamizador de la economía, permitiendo la creación de empleos como la generación de riqueza a través del desarrollo de empresas (Sastre, 2013, Murnieks et al., 2020). Razón por la que entender los motivos detrás del emprendimiento es un objeto de estudio de interés, separando su concepción de la motivación enfocada en el comportamiento organizacional (López et al., 2016).

Las mujeres emprenden por diversos motivos que incluyen la búsqueda de libertad y control en sus decisiones, la obtención de beneficios económicos, el logro de metas personales, la mejora del estatus social y la posibilidad de tener un trabajo propio (Ramadani, 2015). También se impulsa por la búsqueda del logro personal, la competencia, la independencia, la afiliación, el deseo de obtener poder como elemento innovador, la voluntad de enfrentar riesgos y el espíritu proactivo (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2012; Rahmatullah y Zaman, 2014). Además de que algunas mujeres emprenden en respuesta a un entorno adverso, como dificultades financieras, la continuidad de negocios familiares, falta de flexibilidad y control sobre su tiempo, insatisfacción personal, desempleo o como opción recreativa debido a limitaciones en la socialización (Rahmatullah y Zaman, 2014).

Así, los motivos para emprender un negocio en las mujeres se pueden clasificar en factores de atracción, relacionados con la búsqueda de libertad, altos ingresos y oportunidades de crecimiento; factores de empuje, vinculados a aspectos complejos como la migración o la pérdida de empleo; factores

de balance, asociados con horarios flexibles y equilibrio entre trabajo y familia; y factores emocionales, como el compromiso y la discriminación, considerando que las mujeres emprenden buscando seguridad financiera debido a condiciones precarias, y también son motivadas por factores psicosociales como la sensación de logro y prestigio (Ozsungur, 2019; Selamat et al., 2020; Avcı y Gümüş, 2022). Ahora bien, como resultados de estudios comparativos entre hombres y mujeres en México, se pudieron identificar también cuatro grandes dimensiones: factores intrínsecos, búsqueda de autonomía, seguridad económica y generación de ingresos, como principales fines por los que alguien emprende (López et al., 2016). De esta manera se plantea la siguiente hipótesis:

H2. La "Búsqueda de autonomía" está positiva y significativamente relacionada con la variable latente "Motivación para emprender" en emprendedoras tabasqueñas.

Así en esta investigación, se consideran a las competencias emprendedoras como las características que definen el comportamiento del emprendedor y contribuyen al desarrollo de su emprendimiento (Alda-Varas et al., 2012). Las cuales están estrechamente relacionadas con la motivación y la autopercepción del individuo, lo que influye en su personalidad empresarial y la identidad emprendedora en su entorno social (Mahto y McDowell, 2018). Las capacidades internas de las personas mejoran su desarrollo empresarial y posibilidades de éxito, al unirse con la motivación para tener un negocio propio (Paredes, 2019). La relación entre la motivación y las competencias emprendedoras lleva al individuo a desarrollar y sostener su emprendimiento con base en sus metas personales, como la cultura familiar o el deseo de tener un negocio (Rahmatullah y Zaman, 2014; López et al., 2016). Al final, la razón para emprender y hacer del negocio su forma de vida y medio de subsistencia es lo que determinará la implementación de estas competencias y motivaciones.

El modelo teórico propuesto para esta investigación integra los cuatro factores de motivación detrás del emprendimiento, tal como fueron propuestos por López et al. (2016) en el contexto mexicano. Además, para identificar las competencias emprendedoras, se seleccionaron las propuestas realizadas por Palacios (1999), las cuales fueron replicadas y validadas por Santos (2011) en un estudio en Yucatán y por Mandujano (2016) en otra investigación sobre competencias emprendedoras en Tabasco (véase Figura 1) por ser considerados dada la relevancia del contexto geográfico donde se llevó a cabo este estudio, permitiendo una aproximación a la identificación de ambas características en empresarias de manera pertinente y acorde a la realidad local, con base en las cuales se planteó la hipótesis:

H3. La motivación se relaciona positiva y significativamente con las competencias emprendedoras en las emprendedoras tabasqueñas.

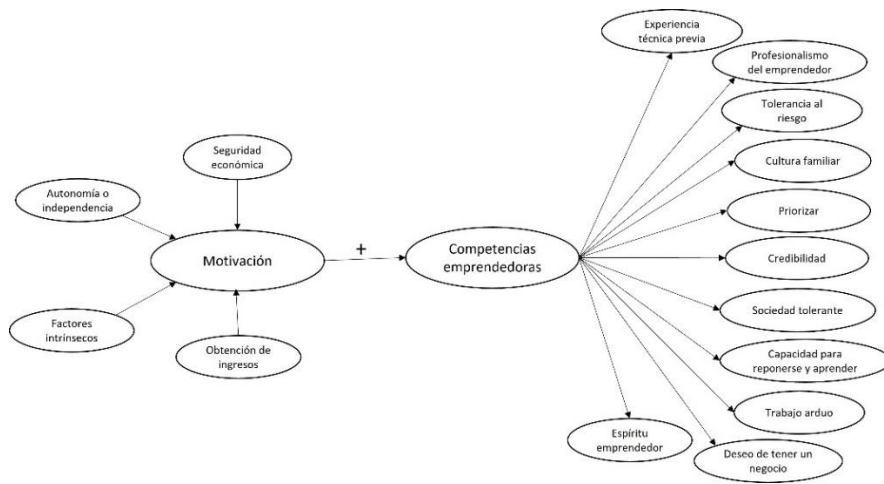


Figura 1. Modelo teórico propuesto de la relación entre competencias emprendedoras y motivación
 Fuente: Elaboración propia con base a las competencias emprendedoras de Palacios (1999) y a la motivación para emprender de López et al. (2016).

Descripción de la metodología

Esta investigación se centró en identificar la motivación para emprender y las competencias emprendedoras en mujeres con negocios propios en el estado de Tabasco. La muestra consistió en 212 propietarias de negocios que cumplían con ciertos criterios de inclusión, como ser mujeres, tener negocios en funcionamiento con al menos seis meses de operación. Debido a la falta de registros oficiales sobre negocios propiedad de mujeres, se utilizó un enfoque no probabilístico y una técnica de bola de nieve para seleccionar a las participantes. Aunque la muestra no asegura representatividad, el estudio proporcionó un acercamiento al fenómeno (Bernal, 2010). Sin embargo, se enfrentaron dificultades en el acceso y la participación de las empresarias debido a dudas, inseguridad y desinterés para colaborar. Las características demográficas de las participantes y de sus establecimientos se pueden observar en la Tabla 1 y en la Tabla 2, respectivamente.

Tabla 1
 Principales características demográficas de las participantes

| Características | f | % |
|--|----|------|
| Edad: Entre 26 y 30 años | 63 | 29.7 |
| Estado civil: Casadas | 79 | 37.3 |
| Nivel de estudios: Preparatoria | 79 | 37.3 |
| Dependientes económicos: Una persona (sin incluirse) | 76 | 35.8 |
| Tipo de dependiente económico: Hijo | 89 | 42 |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2
 Principales características de los negocios de las participantes

| Características | f | % |
|--|-----|------|
| Giro del negocio: Ropa, calzado y accesorios | 62 | 29.2 |
| Antigüedad del negocio: Entre 6 meses y 1 año de operaciones | 60 | 28.3 |
| Número de empleados: Ninguno | 154 | 72.6 |
| Principal razón para emprender: Intención de tener un negocio propio | 71 | 33.5 |
| Afiliación a Cámaras o Asociaciones Comerciales: Ninguna | 209 | 98.6 |

Fuente: Elaboración propia.

Instrumentos

El estudio utilizó dos instrumentos para la recolección de datos. El primero, diseñado por Santos (2011) se basó en las competencias emprendedoras propuestas por Palacios (1999). Consistió en 57 ítems distribuidos en once dimensiones (véase Tabla 3). El segundo instrumento, creado por López et al. (2016) se enfocó en medir la motivación para emprender y constó de 18 ítems distribuidos en cuatro dimensiones (véase Tabla 4). Ambos instrumentos fueron autorizados por sus respectivos autores para su uso en esta investigación y fueron seleccionados debido a su relevancia en estudios previos en contextos nacionales, regionales y locales similares al presente estudio. De esta manera, se pudo verificar su adecuación y aplicabilidad en el ámbito de estudio de género en el emprendimiento.

El instrumento final se dividió en tres secciones. La primera recopiló datos demográficos y características de los negocios. La segunda contenía los ítems para identificar las motivaciones para emprender (Tabla 3), mientras que la tercera incluía los ítems relacionados con las competencias emprendedoras (Tabla 4). Los ítems de las secciones dos y tres se evaluaron utilizando una escala de Likert, donde los participantes expresaron su percepción, desde "totalmente en desacuerdo" (1) hasta "totalmente de acuerdo" (5) con las afirmaciones propuestas. El instrumento final constó de 75 ítems.

Tabla 3
 Operacionalización del constructo Competencias Emprendedoras

| Dimensiones | Definición conceptual | Ítem | Escala |
|----------------------------|---|------------------------|---------|
| Espíritu emprendedor | Características como la intuición para identificar oportunidades de negocio, la persistencia en llevar a cabo una idea incluso en situaciones difíciles y la determinación para superar obstáculos en el camino. | CEEE1 a CEEE5 | Ordinal |
| Necesidad de existir | Implica sentir una fuerte motivación y compromiso para llevar a cabo el emprendimiento. Esto incluye estar dispuesto a sacrificar ganancias inmediatas en favor de objetivos a largo plazo. | CENE6 a CENE8 | Ordinal |
| Experiencia técnica previa | Se relaciona con el conocimiento profundo del negocio, los procesos y el producto. Para alcanzar el éxito empresarial, es fundamental que la persona esté involucrada en el negocio durante un período significativo. | CEETP9 a CEETP14 | Ordinal |

| | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------|---------|
| Tolerancia al riesgo | Capacidad de enfrentar riesgos calculados, es decir, tomar decisiones arriesgadas basadas en un análisis o plan previo. | CETR15 a CETR19 | Ordinal |
| Trabajo arduo | Implica estar dispuesto a dedicar un esfuerzo considerable y muchas horas de trabajo, incluso sin recibir recompensas inmediatas. | CETA20 a CETA25 | Ordinal |
| Capacidad para reponerse y aprender | Implica tener tenacidad y perseverancia. No dejarse derrotar por el fracaso y aprender de los errores para mejorar y crecer. | CECRA26 a CECRA29 | Ordinal |
| Capacidad para trabajar con otros | Se refiere a la habilidad de establecer relaciones armoniosas con socios y colaboradores, seleccionar a las personas adecuadas y trabajar de manera cooperativa en equipo. | CECTO30 a CECTO34 | Ordinal |
| Credibilidad | Se relaciona con la oferta de productos y servicios de calidad, el respeto hacia los clientes y el aprecio hacia los trabajadores. Implica actuar con integridad y de acuerdo con principios éticos. | CEC35 a CEC39 | Ordinal |
| Priorizar | Implica tener la habilidad de establecer prioridades y cumplirlas de manera efectiva. | CEP40 a CEP44 | Ordinal |
| Familia y negocio | Implica la gestión adecuada de las relaciones familiares, la incorporación de una gerencia profesional y la preparación para la sucesión en la empresa. | CEFYN45 a CEFYN49 | Ordinal |
| Profesionalismo del emprendedor | Capacidad de desarrollar habilidades y capacidades internas, así como estrategias necesarias para asegurar la supervivencia y el crecimiento exitoso de la empresa. Esto incluye adaptabilidad, aprendizaje continuo y mejora constante. | CEPE50 a CEPE55 | Ordinal |

Fuente: Elaboración propia con base en las dimensiones de las competencias emprendedoras adaptadas por Santos (2011) de Palacios (1999).

Tabla 4
Operacionalización del constructo Motivación para el emprendimiento

| Dimensiones | Definición conceptual | Ítems | Escala |
|-----------------------|--|-----------------------|---------|
| Obtención de ingresos | Razones que impulsan a buscar una mejor calidad de vida, el crecimiento del negocio y la generación de ingresos a través del trabajo propio. | MEOI56 a MEOI60 | Ordinal |
| Aspectos intrínsecos | Motivos relacionados con la percepción de logro y el reconocimiento público, lo que a su vez genera una mayor satisfacción personal en el proceso emprendedor. | MEFI61 a MEFI64 | Ordinal |
| Búsqueda de Autonomía | Tomar decisiones de manera libre y autónoma, permitiendo sin comprometer las relaciones personales. | MEBA65 a MEBA69 | Ordinal |
| Seguridad Económica | Emprender como una forma de prepararse para un mejor retiro, alcanzar estabilidad laboral o dejar un legado para su futuro. | MESE70 a MESE73 | Ordinal |

Fuente: Elaboración propia con base en los factores identificados en la motivación por López et al. (2016).

Validación del instrumento

Para asegurar la validez de criterio y contenido del instrumento, se realizó un juicio de expertos con la participación de tres especialistas en el área de estudio, específicamente en emprendimiento con enfoque

de género. Estos expertos evaluaron la coherencia, relevancia, suficiencia y claridad de cada ítem del instrumento mediante una escala de 1 a 4, donde 1 significaba que el ítem no cumplía con el criterio y 4 indicaba un alto nivel de cumplimiento ((Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008). Se utilizó el índice de concordancia Kappa de Fleiss para calcular la concordancia entre los expertos, obteniéndose una concordancia moderada (0.426) según la escala de Landis y Koch (1977). Con base en las calificaciones y recomendaciones de los expertos, se realizaron cambios en la redacción de algunos ítems para que fueran más adecuados a la población de estudio y al contexto en el que se aplicaría el instrumento.

En la validación de constructo se realizó el análisis factorial exploratorio (AFE) bajo el método de extracción de máxima verosimilitud con rotación varimax y normalización Kaiser. No obstante, previo a su realización se calcularon las medidas de adecuación de la muestra por medio del índice Kaiser Meyer Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett, obteniendo para cada constructo los valores que se presentan en la Tabla 5. Además se verificó que la matriz de correlaciones era adecuada para realizar la factorización de los constructos, ya que los valores no eran propios de una matriz de identidad (Moral, 2011).

Donde para el constructo de Motivación, se identificaron cuatro factores que explicaron el 51.482% de la varianza, en línea con los hallazgos de López et al. (2016). En cuanto al constructo de Competencias Emprendedoras, se encontraron 11 factores que explicaron el 58.424% de la varianza, en concordancia con lo propuesto por Palacios (1999).

Tabla 5
KMO y prueba de esfericidad de los constructos para factorización

| Constructo | KMO | Prueba de esfericidad de Bartlett |
|----------------------------|-------|---|
| Motivación | 0.813 | $X^2=1\ 585.310$, $gl=153$, $p\leq .000$ |
| Competencias Emprendedoras | 0.876 | $X^2=8\ 396.281$, $fl=1\ 596$, $p\leq .000$ |

Fuente: Elaboración propia.

Fiabilidad del instrumento

Para establecer la fiabilidad del instrumento, se llevó a cabo una prueba piloto con la participación de 37 mujeres que cumplían con las mismas características de la población de estudio. El instrumento fue autoadministrado a través de la plataforma Google Forms como formulario, compartido mediante plataformas de mensajería instantánea y correo electrónico. Se calcularon los coeficientes de alfa de Cronbach y Omega de McDonald para cada variable y sus dimensiones (véase Tabla 6) con el objetivo de verificar su consistencia interna. Según los criterios de Oviedo y Campo-Arias (2005) siendo aceptables aquellos ≥ 0.70 .

Tabla 6
 Alpha de Cronbach por variables y dimensiones

| Elemento | alfa | Omega |
|-------------------------------------|-------|-------|
| Variable Competencias emprendedoras | 0.950 | 0.936 |
| Espíritu Emprendedor | 0.774 | 0.771 |
| Necesidad de existir | 0.630 | 0.611 |
| Experiencia técnica previa | 0.820 | 0.850 |
| Tolerancia al riesgo | 0.863 | 0.844 |
| Trabajo arduo | 0.638 | 0.628 |
| Capacidad para reponerse y aprender | 0.732 | 0.783 |
| Capacidad para trabajar con otros | 0.705 | 0.764 |
| Credibilidad | 0.718 | 0.927 |
| Priorizar | 0.856 | 0.876 |
| Familia y negocio | 0.695 | 0.707 |
| Profesionalismo del emprendedor | 0.766 | 0.790 |
| Variable Motivación | 0.802 | 0.716 |
| Obtener ingresos | 0.833 | 0.714 |
| Factores intrínsecos | 0.489 | 0.685 |
| Búsqueda de autonomía | 0.763 | 0.764 |
| Seguridad económica | 0.731 | 0.796 |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados mostraron que ambas variables presentaron consistencia interna por encima del valor aceptable. Específicamente, competencias emprendedoras tuvo valores de fiabilidad >0.90 , mientras que motivación tuvo valores $>0.80/0.70$. Al analizar las dimensiones de cada variable, se observó que algunas obtuvieron valores de alfa y omega menores, como la dimensión "Necesidad de existir" en competencias emprendedoras (0.630/0.611) y la dimensión "Factores intrínsecos" en motivación (0.489/0.685). Por lo que se realizaron modificaciones en la redacción de los ítems con base en las observaciones de expertos, manteniendo el sentido original dado por los autores para cada elemento.

Procedimiento de recolección y análisis de los datos

Se utilizó el software estadístico SPSS v25 para calcular medidas de tendencia central y dispersión, y determinar la normalidad y obtener datos descriptivos. También se llevaron a cabo análisis de fiabilidad y validez de criterio y contenido, así como análisis de correlación de ítems y cargas factoriales en los constructos mediante el Análisis Factorial Exploratorio (AFE). Utilizando el programa AMOS v23, se realizaron análisis bivariantes mediante ecuaciones estructurales para establecer las relaciones entre los constructos de motivación y competencias emprendedoras. A través de los indicadores de bondad de ajuste, se generó el modelo teórico y se respondieron las hipótesis propuestas.

Resultados

Análisis de validez de constructo por medio AFC

Se procesaron los datos utilizando modelado por ecuaciones estructurales. Se emplearon 18 factores correlacionados por máxima verosimilitud para medir los dos constructos de estudio: motivación (con cuatro factores) y competencias emprendedoras (con once factores). Se analizaron los índices de bondad de ajuste de cada constructo para demostrar su validez convergente y discriminante. Se identificó que los índices de bondad de ajuste no eran válidos para la población de estudio, ya que mostraban valores de significancia para Chi-cuadrada de .000, siendo no aceptables según la propuesta original de los autores.

Se utilizaron diversos 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 de ajuste comparativos (CFI) y la raíz del residuo cuadrático promedio (RMR) de cada constructo. Los valores estimados de referencia para determinar la parsimonia del modelo SEM se presentan en la Tabla 7.

Tabla 7
Valores de ajuste estimados para un modelo de ecuaciones estructurales (SEM)

| Índice | Criterio Esperado |
|---|--------------------|
| Discrepancia entre X^2 y grados de libertad (CMIN/DF) | <5 |
| 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) | <0.05 / 0.080 |
| Índice de ajuste comparativo (CFI) | 0.90 - 1 |

Fuente: Elaboración propia con base en criterios para parsimonia de bondad de ajuste de modelos de Bentler (1990), Browne y Cudek (1993), Lévy y Varela (2008), Padilla (2019).

Constructo motivación

En el constructo "Motivación", que inicialmente constaba de 18 ítems, para lograr una buena bondad de ajuste, se eliminaron 5 ítems identificados como MEOI57 (Obtención de Ingresos), MEFI61 (Factores Intrínsecos), MEBA67 y MEBA68 (Búsqueda de Autonomía) y MESE72 (Seguridad Económica). Así, solo se utilizaron 13 ítems para explicar el constructo (véase Figura 2). Estos valores indican que el modelo se ajusta adecuadamente al analizar constructos que miden aptitudes y actitudes en las ciencias sociales (Padilla, 2019). A pesar de eliminar los elementos mencionados, la teoría propuesta por López et al. (2016) sigue siendo coherente con los datos obtenidos en este estudio para esta población.

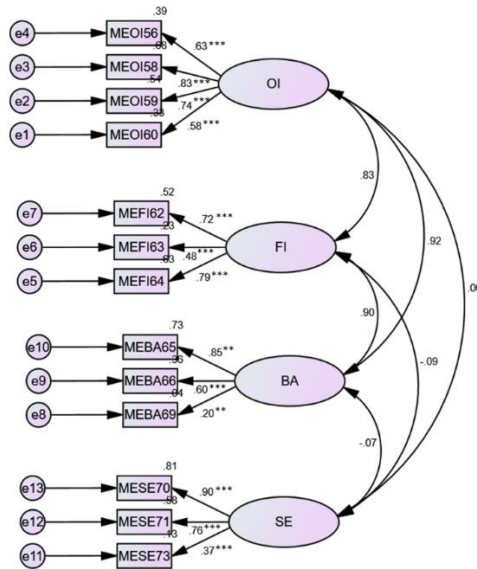


Figura 2. Coeficientes estandarizados para medir el constructo Motivación.

Nota 1: Razón de discrepancia de 1.190; RMR=0.043, CFI=0.938, GFI=0.925 y RMSEA=0.069.

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

Nota 2: OI=Obtención de ingresos, FI=Factores Intrínsecos, BA=Búsqueda de Autonomía, SE= Seguridad económica.

Fuente: Elaboración propia en el programa AMOS con base en los datos obtenidos.

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 de estos elementos. Siendo éstos los denominados 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. Resultando en 33 ítems para explicar el constructo.

Se identificaron correlaciones fuertes entre los ítems CENE6 y CENE7 de "Necesidad de Existir" y entre los ítems CETR15 y CETR16 de "Tolerancia al Riesgo". Para abordar estas correlaciones, se realizaron contracciones de los ítems relevantes. Se pudo determinar que la teoría concuerda con los datos de este estudio, pues se mantuvieron las 11 dimensiones de Palacios (1999), como se muestra en la

Figura 3. Sin embargo, para esta población de estudio, no todos los ítems fueron necesarios para explicar cada dimensión de la variable.

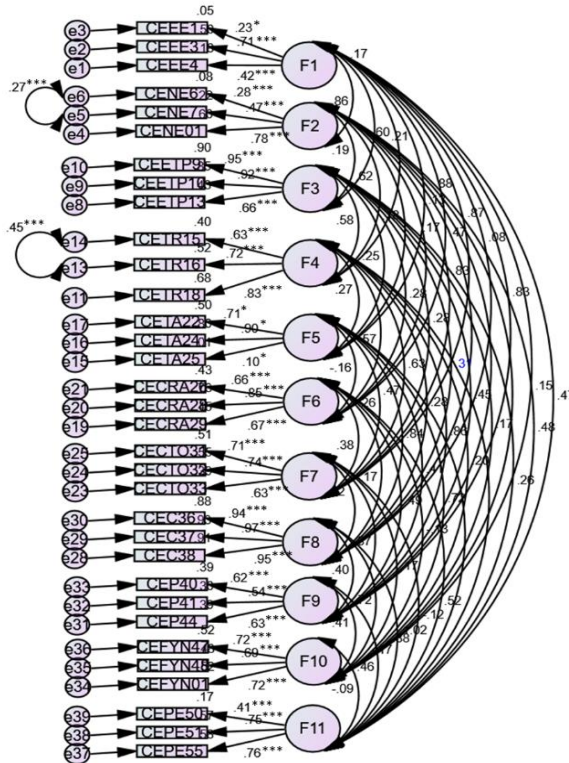


Figura 3. Coeficientes estandarizados para medir el constructo Competencias Emprendedoras

Nota 1: Razón de discrepancia de 1.955 y los índices RMR=108, CFI=0.888, GFI=0.803 y RMSEA=0.067. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Nota 2: F1=Espíritu emprendedor, F2=Necesidad de existir, F3=Experiencia técnica previa, F4= Tolerancia al Riesgo, F5= Trabajo arduo, F6= Capacidad para reponerse y aprender, F7= Capacidad de trabajar con otros, F8= Credibilidad, F9= Priorizar, F10= Familia y negocio, F11= Profesionalización del emprendedor.

Fuente: Elaboración propia en el programa AMOS con base en los datos obtenidos.

Comprobación de las hipótesis

Con base en los modelos generados a través de las ecuaciones estructurales para cada constructo, se procedió a realizar la interacción entre los valores (véase Tabla 8) con el fin de dar respuesta a las hipótesis según el modelo teórico propuesto por medio del modelo SEM (véase Figura 4). Donde,

conforme a Escobedo et al (2016), para determinar si un grupo de factores tiene un efecto significativo sobre otro, el valor debe ser >0.5.

Tabla 8
 Relación entre variables latentes. Valores resultados del Modelo SEM

| Variable | | Variable | CF | p |
|---------------------------------|------|----------------------------|-------|-----|
| Motivación para emprender | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.48 | *** |
| Dimensión | | Variable | CF | p |
| Obtener ingresos | <--- | Motivación | 0.91 | * |
| Factores intrínsecos | <--- | Motivación | 0.91 | *** |
| Búsqueda de autonomía | <--- | Motivación | 1.00 | ** |
| Seguridad económica | <--- | Motivación | -0.03 | * |
| Espíritu emprendedor | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.88 | *** |
| Necesidad de existir | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.95 | *** |
| Experiencia técnica previa | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.46 | *** |
| Tolerancia al riesgo | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.83 | *** |
| Trabajo arduo | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.28 | *** |
| Reponerse y aprender | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.73 | *** |
| Trabar con otros | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.8 | *** |
| Credibilidad | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.22 | *** |
| Priorizar | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.96 | *** |
| Familia y negocio | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.23 | *** |
| Profesionalismo del emprendedor | <--- | Competencias Emprendedoras | 0.74 | * |

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

Fuente: Elaboración propia con base en datos procesados por medio del programa AMOS.

Para la primera hipótesis, se buscó determinar si la "capacidad para trabajar con otros" era positiva y estaba significativamente relacionada con la variable latente "competencias emprendedoras" en mujeres tabasqueñas, donde por medio del SEM se identificó una relación significativa ($p < 0.001$) aunque más débil de lo esperado. Si bien se respalda la hipótesis de que existe una relación significativa entre ambas variables latentes, es importante tener en cuenta que la relación es más débil de lo esperado (CF = 0.22) en comparación con otros elementos para este constructo.

En cuanto a la segunda hipótesis planteada, se buscó determinar si la "búsqueda de autonomía" está positiva y significativamente relacionada con la variable latente "Motivación para emprender" en mujeres tabasqueñas. Donde se puede observar que los resultados obtenidos a través del análisis de ecuaciones estructurales proporcionan evidencia sólida para afirmar que la hipótesis planteada se ha cumplido. La relación entre la variable latente "Búsqueda de autonomía" (CF = 1.00) y la variable latente "Motivación para emprender" mostraron una relación positiva perfecta y significativa ($p < 0.001$) proporcionando una base sólida para afirmar que la "Búsqueda de autonomía" es un constructo bien medido y tiene una alta influencia en las mujeres tabasqueñas emprendedoras estudiadas.

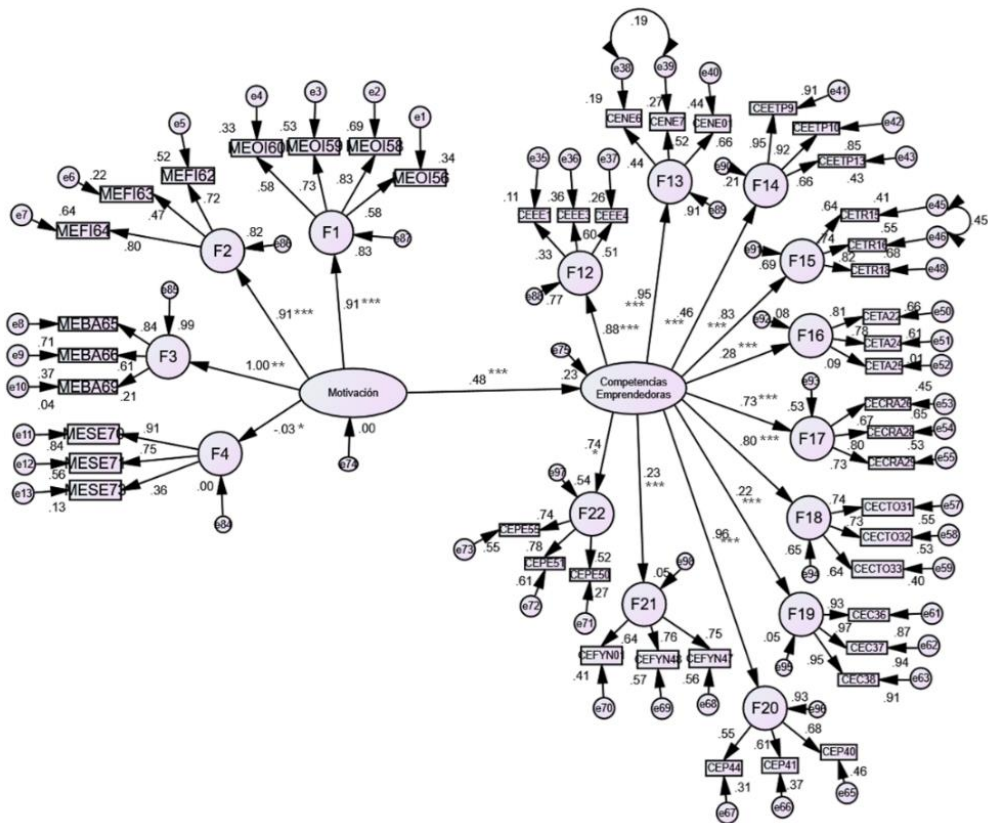


Figura 4. Modelo SEM entre la relación de la motivación con las competencias emprendedoras en las mujeres

Nota 1: Relación de motivación y competencias emprendedoras = 0.48. Razón de discrepancia= 2.315, RMSEA= 0.079, CFI=0.77. *p<.05, **<.01, ***<.001

Nota 2: F1=Obtención de ingresos, F2=Factores Intrínsecos, F3=Búsqueda de Autonomía, F4= Seguridad económica. F12=Espíritu emprendedor, F13=Necesidad de existir, F14=Experiencia técnica previa, F15= Tolerancia al Riesgo, F16= Trabajo arduo, F17= Capacidad para reponerse y aprender, F18= Capacidad de trabajar con otros, F19= Credibilidad, F20= Priorizar, F21= Familia y negocio, F22= Profesionalización del emprendedor

Fuente: Elaboración propia en el programa AMOS con base en los datos obtenidos.

Para la tercera hipótesis, se identificó que existe relación positiva de la variable “Motivación para emprender” con la variable “Competencias emprendedoras”. Si bien la asociación es moderada (CF=0.48) indica que a medida que aumenta el nivel de motivación de las mujeres tabasqueñas para emprender, se espera que aumenten sus competencias emprendedoras. Así también, el valor de $p < 0.001$ refuerza la confianza en los resultados, demostrando que esta relación no es simplemente el resultado del azar, sino que es un hallazgo estadísticamente significativo y válido. En consecuencia, los resultados

respaldan la hipótesis planteada inicialmente, lo que implica que en mujeres tabasqueñas emprendedoras, una mayor motivación para emprender se asocia positiva y significativamente con un mayor nivel de competencias emprendedoras.

En el caso de los resultados obtenidos al analizar la composición de cada uno de los constructos de ambas variables, se identificó que para Motivación, el factor Seguridad Económica para esta población reportó un comportamiento negativo ($CF=-0.03$, $p= >0.005$), indicando la existencia de una relación extremadamente débil o inexistente con sus indicadores observables, y esta relación no es estadísticamente significativa. Ante lo cual, se remarca la importancia de explorar esta falta de relación y la posible influencia que pueda tener dentro de los motivos para emprender en las mujeres de esta población.

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). 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 factores que menos explican a la variable fueron la Credibilidad (0.22) la Familia y Negocio (0.23) y el Trabajo Arduo (0.28). Esto conforme a los criterios mínimos aceptables señalados anteriormente.

Conclusiones

En lo que concierne al objetivo principal de la investigación, se realizó el diseño de un modelo teórico que permitiera identificar la existencia de la relación entre la motivación con las competencias emprendedoras de las empresarias tabasqueñas (véase la Figura 4) el cual ayudó a determinar que la motivación tiene una relación positiva con las competencias emprendedoras en las mujeres, lo que es congruente con lo indicado por Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2012) y Mahto y McDowell (2018) quienes señalan que la motivación juega un papel fundamental en la decisión de formar toda nueva empresa, y ésta a su vez requiere de habilidades específicas para su gestión. Vale la pena señalar que, si bien a partir del análisis por ecuaciones estructurales se identificó que la relación estadísticamente es significativa, su positividad es moderada, pudiendo relacionarse con el entorno en que se encuentran las participantes, pues los motivos del emprendimiento serán diversos según el contexto en que las mujeres se desempeñan, tal como establecen en sus estudios Rahmatullah y Zaman (2014), Moncayo y Zuluaga (2015), Ramadani (2015) y Selamat et al., (2020).

Conforme a las características motivacionales para emprender de las empresarias tabasqueñas, se identificó que éstas pueden encontrarse mayormente motivadas por la búsqueda de autonomía, la obtención de ingresos y los factores intrínsecos y 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. No obstante, la dimensión Seguridad Económica reportó un comportamiento negativo (-.03), siendo el factor que puede no explicar correctamente al constructo para esta población, permitiendo inferir que es una dimensión que debe ser analizada para el estudio de la motivación para emprender en las mujeres, pues puede reflejar poca pertinencia para el tema o la falta de consideración de este elemento como un motivador para emprender en el contexto de las participantes, pues es contrario a lo identificado por Selamat et al., (2020) al señalar que las mujeres emprenden motivadas por la seguridad financiera.

Al retomar el análisis de las competencias emprendedoras, se identificó que dentro de los factores que mejor explicaban este constructo está la competencia Priorizar, coincidiendo con lo propuesto por Palacios (1999), quien recalca la importancia de que el emprendedor sepa establecer prioridades y cumplirlas a cabalidad; ante lo cual se podrían generar estudios de mayor alcance sobre la preponderancia que las empresarias le dan a sus negocios y a las actividades relacionadas con éste. En tanto, la capacidad de trabajar con otros, competencia analizada particularmente, se sugiere profundizar en otros factores, como el ecosistema emprendedor en Tabasco, para obtener una visión más completa de esta relación, pues puede estar relacionada con la poca interacción que tienen las mujeres que participaron en el estudio con subalternos o empleados, destacando que casi la totalidad de la muestra refirió no contar con empleados (72.6%), lo que puede derivar en una débil percepción de sí mismas en relación de su propia capacidad de colaborar.

No obstante, destaca que los factores que representan a la Credibilidad, la Familia y Negocio y el Trabajo Arduo, sean los elementos que menos destacan para explicar dicho constructo, lo que invita a la reflexión sobre la forma en que las mujeres pueden percibir su propio desempeño y la consideración de un negocio propio, ya sea como un legado o como un medio para subsistir más allá de una oportunidad para salir adelante por algún evento complejo en sus vidas. Estos resultados pueden ser útiles para diseñar programas y políticas que impulsen el desarrollo de habilidades emprendedoras y favorezcan el éxito de las mujeres emprendedoras en la región.

En este sentido, dicha información permite establecer que hay criterios para la validación de las hipótesis propuestas, lo que quiere decir que, aunque la relación entre las variables latentes y sus indicadores observables es débil, esta relación es estadísticamente significativa y no se debe al azar, implicando que a pesar de la debilidad de las relaciones en algunos casos, los resultados sugieren que hay

una asociación real entre la variable latente y sus indicadores observables para esta población de estudio. Por lo tanto, se requiere implementar más proyectos de investigación para identificar la interacción entre los constructos con poblaciones que tengan características similares, pero en otros contextos.

De esta manera, la información aquí generada contribuye a que la equidad de género pueda alcanzarse a través de la academia, 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, considerándose el diseño de estudios empíricos que permitan profundizar en el comportamiento empresarial de la mujer, pues aunque la teoría señala algunos rasgos sobre su participación en la economía, se vuelve necesario establecer líneas específicas de investigación en muestras más grandes y bajo la interacción de múltiples variables para obtener información que permita realizar diagnósticos que deriven en programas de apoyo al emprendimiento, con base en aspectos de influencia y en las necesidades reales de las mujeres, así como en políticas públicas que permitan el pleno desarrollo de éstas.

Por lo que se sugiere generar líneas de investigación en función de nuevos criterios para diferenciar los motivos y las competencias emprendedoras de las mujeres conforme a sus características sociodemográficas, a las condiciones del entorno en que éstas participan, a las diferencias en el desarrollo de emprendimientos por grupos etarios, a la influencia figuras emprendedoras en el entorno familiar, a la educación formal e informal recibida y a los medios de financiamiento para el desarrollo de los negocios al que tengan acceso. De esta manera, el comportamiento emprendedor de las mujeres puede ser mejor explicado al considerarse un panorama integral de su participación, ante el cual se puedan generar propuestas para su fortalecimiento, tanto desde la academia como desde los organismos públicos y privados que tengan como fin el fortalecimiento de la participación en la economía de la mujer. Información que puede servir como guía para la elaboración, desarrollo e implementación de políticas públicas que promuevan y favorezcan el desarrollo de la mujer bajo condiciones igualitarias.

Por lo que las implicaciones de este estudio son tanto a nivel teórico como práctico en el emprendimiento femenino. En el ámbito teórico, el modelo desarrollado enriquece la comprensión de cómo la motivación está vinculada a las competencias emprendedoras de las mujeres en Tabasco. Esto destaca la importancia de considerar la conexión entre aspectos psicológicos y habilidades prácticas en este contexto. Desde una perspectiva práctica, estas conclusiones guían hacia programas de capacitación que no solo se centren en habilidades técnicas, sino que también fomenten la motivación emprendedora. Además, subrayan la importancia de un asesoramiento personalizado que responda a las motivaciones únicas de cada emprendedora. Lo que contribuye no sólo al conocimiento en el ámbito del emprendimiento femenino, sino que también ofrecen orientación concreta para el desarrollo de programas, políticas y estrategias que impulsen la participación igualitaria y exitosa de las mujeres en el mundo

empresarial. La intersección entre las implicaciones teóricas y prácticas brinda una oportunidad invaluable para dar forma a un futuro más equitativo y empoderador para las mujeres emprendedoras en la región.

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>
- 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>
- Araya, M. (2017). Intención emprendedora en mujeres participantes de un programa de emprendimiento. *Revista Academia y Negocios*, 3 (2), 17-32. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560863018001> (Consultado: 27/05/2022)
- Avcı, N., y Gümüş, S. (2022). The motivations of women entrepreneurs in the tourism industry. *Istanbul Business Research*, 51 (1), 279–2900. <https://doi.org/10.26650/ibr.2022.51.910006>
- 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., & Patrón, R. (2014). Gestión del conocimiento, competencias emprendedoras y desempeño organizacional de micro y pequeños empresarios. Un estudio en el interior del estado de Yucatán. *Avances de investigación. The Anáhuac Journal*, 14 (1). 9-34. Disponible en: https://publicaciones.anahuac.mx/the_anahuac_journal/issue/view/109 (Consultado: 17/02/2021)
- Bentler, P. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107 (2), 238-246. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Browne, M. & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. En K. A. Bollen & J.S. Long (Eds.), *Testing structural equation models*. (pp. 136-162). USA: Sage. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- 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*. (3ª ed). Colombia: Pearson Educación.

- Blasco-Burriel, P., Brusca-Alijarde, I., Esteban-Salvador, L. & 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.201601.004>
- 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>
- 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.
- Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60 (2), 468-485. [http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30010-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30010-3)
- Escobar-Pérez J. & Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, 6, 27-36. Disponible en: https://www.humanas.unal.edu.co/lab_psicometria/application/files/9416/0463/3548/Vol_6_Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf (Consultado:12/08/2021)
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V., & Martínez, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Ciencia & trabajo*, 18 (55), 16-22. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-24492016000100004>
- 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>
- Instituto Nacional de las Mujeres (2016). Diagnóstico sobre las causas que llevarían al fracaso (cierre) a las empresas fundadas por mujeres de la Ciudad de México. México: Instituto Nacional de las Mujeres.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (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
- 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>
- Kyndt, E. & Baert, H. (2015). Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship, *Journal of vocational behavior*, octubre 90, 13-25. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.07.002>
- Landis, J. & Koch, G. The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33 (1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>

- Lévy, J. & Varela, J. (2003). *Análisis Multivariable para las Ciencias Sociales*. Madrid: Pearson Educación.
- López, A., Cachón, J.C., Robichaud, Y., & Barragán-Codina, J. (2016). Motivación para el emprendimiento en México: Un estudio comparativo de género. *Vincula Tégica EFAN*, 2 (1), 149-175. Disponible en: <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/101-128%20-%20Motivacion%20para%20el%20Emprendimiento%20en%20Mexico%20Un%20estudio%20Comparativo%20de%20Genero.pdf#page=1> (Consultado: 20/02/2021)
- Lupsa-Tataru, D. (2018). Success factors for business managed by women. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, SeriesV*, 11 (2), 89-94. Disponible en: <https://www.proquest.com/openview/f0f1f8f891643eddb342f6255e775501/1?pq-origsite=gscholar&cbl=105975> (Consultado: 18/06/2022)
- Mahto, R. & McDowell, W. (2018). Entrepreneurial motivation: a non-entrepreneur's journey to become an entrepreneur. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14 (3), 513-526. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0513-8>
- 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.C. (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. Universidad Anáhuac Mayab.
- Martínez, F., & Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "Competencias emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en educación*, 7 (3), 82-98. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10486/661237> (Consultado: 18/06/2021)
- McClelland, D. (1973). Testing for competence rather than intelligence. *American Psychologist*, 28 (1), 1-14. <https://doi.org/10.1037/h0034092>
- Moncayo, B. & Zuluaga, D. (2015). Liderazgo y género, barreras de mujeres directivas en la academia. *Pensamiento y gestión*, julio-diciembre (39). <https://doi.org/10.14482/pege.39.8449>
- Moral, J. (2011). Análisis factorial y su aplicación al desarrollo de escalas. En R. Landero y M. González (eds), *Estadística con SPSS y metodología de la investigación* (pp. 387-443). México: Trillas.

- Murnieks, C., Klotz, A., & Shepherd, D. (2020). Entrepreneurial motivation: A review of the literature and an agenda for future research. *Journal of organizational behavior*, 41 (2), 115-143. <https://doi.org/10.1002/job.2374>
- Nwachukwu H. & Minh, H. (2021). Influence of entrepreneur competencies on profitability and employee satisfaction. *International Journal Management and Enterprise Development*, 20 (1), <https://doi.org/10.1504/IJMED.2021.113635>
- Oviedo, H. & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34 (4), 572-580. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009#YZ5rGB1GZHA.link (Consultado: 20/04/2021)
- Ozsungur, F. (2019). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. *Women Studies International Forum*, mayo-junio 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]. Disponible en: <https://youtu.be/Ie4dDukL8yM>. (Consultado: 15/03/2022)
- Palacios, L. (1999). Sabiduría popular en la empresa venezolana. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Paredes, S., Castillo, M., & Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10 (23), 158-167. <https://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8>
- Pérez-Pérez, C. & Ávila-Hernández, M. (2016). Factores explicativos del emprendimiento femenino y elementos limitantes. *Suma de negocios* 7 (15), 25-31. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.004>
- Plumly, L., Marshall, L., Eastman, J., Iyer, R., Stanley, K. & Boatwright, J. (2008). Developing Entrepreneurial Competencies: A Student Business. *Journal of Entrepreneurship Education*, Tomo 11, 17-28. Disponible en: <https://www.proquest.com/openview/9c05c257626a7b2a457ad3ac95268b09/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28224> (Consultado: 06/07/2021)
- Rahmamatullah, M., & Zaman, F. (2014). Female Entrepreneurship in Bangladesh: Constraints, Motivation and Success. *Bangladesh e-Journal of Sociology*, 11 (2), 65-77. Disponible en: <https://web.p.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=18198465&AN=98634611&h=vcJEdBc7qNBWTXCUyKUeLC0YQhyvskq10ENQB XFx8pOvcpuDLx%2br85s4DWab6AF6udd16VhYi0x6xsG7f70vYw%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%3d>

26profile%3dehost%26scope%3dsite%26auth%3dcrawler%26jrn%3d18198465%26AN%3d98634611 (Consultado: 23/10/2021)

- 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>
- 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*, 22 (2), 63-77: <https://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 no publicada. Universidad Anáhuac Mayab.
- Sastre, R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas (CADM)*, 1 (1), 1-10. Disponible en: <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/586/554> (Consultado: 17/05/2021)
- Selamat, F., Ie, M., Syahrivar, J., Chairy, C., & Tunjungsari, H. (2020). Why I should run my own business: a study on female entrepreneurs' motivation and business success in Indonesia. Ponencia, 8th International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2019) UNTAR. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200626.036>
- Toril, J. & Valenciano, J. (2011). Revisando el emprendedurismo. *Boletín Económico de ICE* 3021. Disponible en: <https://revistasice.com/index.php/BICE/article/view/5157/5157> (Consultado: 29/06/2021)
- 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>
- Vinocur, P., & Kuchevasky, S. (2010). El rol del psicólogo del trabajo en el desarrollo emprendedor: quien es un emprendedor?, Ponencia, 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. Disponible en: <https://www.academica.org/000-031/362> (Consultado: 15/06/2023).
- Weeks, J., & Seiler, D. (2001). *Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Una exploración del conocimiento actual*. Washington, D.C: BID.