

Capítulo 26. Liderazgo en las empresarias de Tabasco, México.

Jennifer Darvelia Miranda Sánchez

Juan Carlos Mandujano Contreras

Leticia Rodríguez Ocaña

Concepción Reyes de la Cruz

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

DOI: [10.46990/iQuatro.2023.09.4.26](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.09.4.26)

Resumen

Este documento presenta los resultados de una investigación cuantitativa descriptiva realizada a 212 mujeres propietarias de negocios en el estado de Tabasco, México. Se aborda la teoría de los estilos de liderazgo con el objetivo de identificar su perfil como líder. El estudio permite ahondar en la participación de la mujer en Tabasco, México, como pieza fundamental en la dirección de negocios, predominando características relacionadas con el estilo de liderazgo transformacional. Sin embargo, invita a la reflexión de que el liderazgo ha sido sujeto de una concepción masculina, sin considerar los retos y características de la mujer empresaria, siendo necesarias nuevas aproximaciones.

Palabras clave

Empresarias, estilo de liderazgo, liderazgo femenino

Introducción

En un entorno empresarial globalizado y altamente competitivo, las organizaciones han tenido que adaptarse y mejorar sus procesos administrativos para tomar decisiones efectivas y competir tanto a nivel local como internacional. Es fundamental que las empresas aprovechen las oportunidades que ofrece la globalización y desarrollen las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos que surgen al interactuar con organizaciones de diferentes países. En este contexto, las habilidades directivas desempeñan un papel crucial en el éxito empresarial (Puerto, 2010).

Debido a las transformaciones en la forma de hacer negocios, es necesario adaptarse a los 1para enfrentar estos nuevos panoramas incluyen trabajo en equipo, creatividad, toma de decisiones, manejo del cambio, habilidades de negociación, autoaprendizaje, desarrollo personal, dominio de técnicas de comunicación y, especialmente, capacidad de liderazgo. (Ramos et al, 2002).

En los últimos años, se ha producido un cambio importante en el entorno empresarial: la inclusión de la mujer en el mercado laboral. Esto se ha logrado gracias a la promulgación de leyes laborales que buscan reducir la discriminación y la brecha de género (Ramos et al., 2002). Por lo tanto, es esencial reconocer el desempeño de las mujeres en las organizaciones, especialmente en roles de liderazgo y en la gestión de equipos de trabajo. Esto permitirá que las mujeres puedan desarrollar y aplicar sus habilidades de liderazgo en posiciones jerárquicas.

En México, de acuerdo con el informe del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre los establecimientos de propietarios y propietarias, se registraron 1,642,809 de establecimientos de tipo MiPyME en los cuales una mujer fue reportada como propietaria, según el Censo Económico 2019. Aunque el ritmo de participación de los negocios liderados por mujeres ha crecido a un 2.7% anual, por encima del promedio nacional, solo el 36.6% de los establecimientos en México son propiedad de mujeres.

En el estado de Tabasco, México, según los datos del Censo Económico 2019, hay 65,354 empresas que se clasifican como Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. De ese total, 21,180 son propiedad de mujeres. En comparación con la cifra nacional, las mujeres en Tabasco poseen solo el 1.3% de las empresas MiPyMEs en el país. Además, en Tabasco, las mujeres solo poseen el 32.41% de las empresas de este tipo, lo que está por debajo del promedio nacional del 36.6%

En este contexto, resulta crucial que una mujer emprendedora aproveche plenamente las habilidades y competencias que ha adquirido y desarrollado a lo largo de su trayectoria. Además, es esencial que ejerza un liderazgo sólido y efectivo en la dirección de su negocio. Al hacerlo, no solo está demostrando su valía como líder, sino también desafiando los estereotipos y prejuicios arraigados que sugieren que las mujeres emprendedoras tienen más probabilidades de fracasar (Tlaiss y Kauser, 2019; Yang y Triana, 2019).

Es así como, el propósito de este documento es contribuir a la comprensión del desempeño de las mujeres en posiciones de liderazgo, enfocándose en empresarias. Por lo que se busca destacar el perfil de liderazgo que han desarrollado al estar a cargo de sus empresas, entender su contribución en la toma de decisiones organizacionales y su papel en el mundo empresarial. El objetivo específico es identificar el estilo de liderazgo presente en las mujeres de Tabasco que se dedican al emprendimiento, y señalar las características que pueden facilitar la comprensión de la teoría del liderazgo desde su perspectiva como creadoras y gestoras de un negocio propio.

Revisión de la Literatura

El liderazgo se refiere a la capacidad de influir en los demás, ya sea de forma formal (con autoridad jerárquica) o informal (desde el interior de los grupos). Existen diferentes teorías sobre el liderazgo, pero no hay un consenso sobre si es innato o se desarrolla con el tiempo. Por lo tanto, se han creado diversos modelos para comprender sus dimensiones, características y las mejores formas de ejercerlo según las situaciones (Robbins, 1996; Chiavenato, 2009; Robbins y Judge, 2009).

En términos generales, se ha sugerido que para ser líder se deben tener ciertas características que permitan influir en los demás, como la habilidad de analizar cómo mejorar el rendimiento de su equipo, crear un ambiente que motive el desempeño y ser capaz de modificar el comportamiento de las personas para alcanzar objetivos específicos (Ramos, et al. 2002; Chiavenato, 2009). Por tanto, el emprendimiento por naturaleza demanda que los emprendedores se lideren a sí mismos mientras buscan iniciar y expandir sus proyectos (Bendel et al., 2019).

El éxito en esta labor conlleva frecuentemente su persistencia individual frente a desafiantes tareas. Es decir, personas que tengan ciertas cualidades para motivar el cambio dentro de la organización y alcanzar las metas y objetivos de la empresa: líderes en lugar de jefes. Por lo tanto, se espera que un líder tenga la habilidad de ganar la confianza de las personas para mejorar su desempeño. (Ramos, et al, 2002; Luissier; Achua, 2008; Betancourt, et al, 2012; Buitrago, 2014).

Esto significa que el liderazgo debe estar alineado con los objetivos que busca lograr una organización para obtener ventajas competitivas en el mercado. Por lo tanto, la forma en que un líder actúa puede ser explicada a través de los diferentes estilos o tipos de liderazgo que se han propuesto a lo largo del tiempo. Estos estilos han evolucionado y se han asociado con ciertas características de las personas que los ejercen. En general, se pueden agrupar en tres categorías principales: liderazgo carismático, liderazgo transaccional y liderazgo transformacional (Robbins, 1996; Chiavenato, 2009; Robbins y Judge, 2009; Perozo-Ramírez y Paz-Marcano, 2016).

En cuanto al liderazgo femenino, se puede definir como el uso de las cualidades propias de las mujeres para motivar a las personas que las rodean y alcanzar los objetivos organizacionales. En otras palabras, las mujeres aportan al liderazgo su propia identidad de

género, lo que enriquece la toma de decisiones y el ejercicio del poder en las organizaciones (Fischer, 2000; Davis y Newstrom, 2003; Buitrago, 2015; Perozo-Ramírez y Paz-Marcano, 2016; Rasdi et al., 2020).

De acuerdo con Fischer (2000) las mujeres poseen dos rasgos para enriquecer el liderazgo: habilidades individuales y habilidades interpersonales. Las primeras incluyen la creatividad, perseverancia, constancia, sensibilidad, automotivación y compromiso, mientras que las segundas consideran la motivación, solidaridad, participación, trabajo en equipo y capacidad de convocatoria, entre otras. La adquisición y aplicación de estas habilidades brindan a las mujeres la capacidad de generar transformaciones significativas en los entornos laborales. Además, les permite destacarse y marcar una diferencia en el desempeño de roles a nivel jerárquico, equiparándose a sus compañeros hombres. Estos hallazgos son respaldados por Buitrago y Portillo (2014), Rasdi et al. (2020) y Bullough et al. (2022), quienes sostienen que las mujeres pueden ejercer influencia y obtener éxito en posiciones de poder como sus pares masculinos.

El liderazgo femenino se distingue por adoptar una perspectiva holística que abarca más allá de las responsabilidades laborales, considerando aspectos como la familia, la comunidad y la esfera personal (Rasdi et al., 2020; Bullough et al., 2021). En este sentido, las mujeres enfocan sus esfuerzos en construir relaciones sólidas y duraderas con empleadores, colaboradores, socios, clientes y compañeros de trabajo. Cualidades que se alinean con características de líderes transformacionales y carismáticos (Buitrago y Portillo, 2014; Buitrago, 2015).

A pesar de las características femeninas descritas anteriormente, según investigaciones realizadas por Martínez-León et al. (2016), las mujeres también pueden adoptar actitudes agresivas y competitivas, que se relacionan más con el liderazgo estereotipado como masculino. Estas actitudes suelen estar relacionadas con un estilo de liderazgo transaccional, que se enfoca en recompensar a los empleados por su desempeño. A pesar de esto, cuando las mujeres adoptan estas actitudes y acceden a puestos de liderazgo, a menudo enfrentan prejuicios y son consideradas problemáticas, controladoras y exigentes, lo que puede desacreditar su capacidad de liderazgo y perjudicar su carrera (Cáceres, et al., 2012; Contreras, et al., 2012; Moncayo y Zuluaga, 2015).

Es importante destacar que, según los estudios revisados, persiste una amplia brecha entre la representación de mujeres y hombres en puestos de poder. Esta disparidad dificulta llegar a una conclusión definitiva sobre el comportamiento o las características necesarias para que las mujeres lideren equipos de trabajo. Además, se reconoce que el estilo de liderazgo de cada mujer dependerá en gran medida del contexto en el que se encuentre, la industria en la que trabaje y su trayectoria hacia esa posición (Contreras et al., 2012; Moncayo; Zuluaga, 2015; Bendel, 2019).

Limitar el desarrollo y desempeño de las mujeres en cargos de poder basándose en estereotipos de género es problemático. Es común que se perciba a una mujer en una organización como una figura materna en lugar de una líder competitiva, lo que genera una brecha entre su rol socialmente aceptado y su posición. Por tanto, es importante abordar estos problemas y promover un entorno empresarial inclusivo que brinde igualdad de oportunidades

para todas las emprendedoras. (Cáceres et al., 2012; Contreras et al., 2012; Moncayo; Zulua-ga, 2015; Yang y Triana, 2019).

Por tanto, resulta crucial que una mujer emprendedora aproveche plenamente las habilidades y competencias que ha adquirido y desarrollado a lo largo de su trayectoria (Kha-lid et al., 2022), siendo esencial que ejerza un liderazgo sólido y efectivo en la dirección de su negocio. Al hacerlo, no solo está demostrando su valía como líder, sino también desafiando los estereotipos y prejuicios arraigados que sugieren que las mujeres emprendedoras tienen más probabilidades de fracasar.

Metodología

El estudio llevado a cabo utilizó un enfoque cuantitativo y descriptivo, involucrando a un total de 212 empresarias de Tabasco. Las participantes completaron un cuestionario valida-do previamente por expertos y se midió la confiabilidad del instrumento con un coeficiente $\alpha=0.9$. Las respuestas de las empresarias fueron utilizadas para evaluar su grado de acuerdo con las preguntas planteadas.

Las participantes de la investigación fueron seleccionadas a través de un muestreo no probabilístico y basado en la intención del investigador, ya que no se identificaron bases de datos o registros oficiales que permitieran identificar a empresarias de Tabasco. Se invitó a todas las mujeres que cumplieran con los siguientes criterios: tener un negocio propio en fun-cionamiento, residir en Tabasco y ser biológicamente del sexo femenino.

El cuestionario utilizado en esta investigación constó de dos partes. La primera se enfocó en recopilar información demográfica de las participantes y de sus negocios, mientras que la segunda se centró en identificar el estilo de liderazgo de las empresarias. El cuestiona-rio se basó en la forma corta 6S del instrumento multifactorial de liderazgo MLQ de Bass y Avolio (1990), adaptado por Northouse (2010) para el estudio del liderazgo desde la autoper-cepción del líder. Este instrumento consta de 21 afirmaciones en una escala tipo Likert del 1 al 5, agrupadas en tres dimensiones: liderazgo transformacional, liderazgo transaccional y laissez-faire. Su objetivo es medir el comportamiento y las características del líder a través de la autopercepción. Este instrumento ha sido utilizado en estudios previos sobre liderazgo y género, como los realizados por García et al., (2017) en Colombia, y por Castro y Espinoza (2020) en Ecuador.

Antes de aplicar el instrumento, se ajustaron los ítems para que se adaptaran al contexto local. Para ello, se formó un panel de expertos compuesto por tres investigadoras especializadas en temas de emprendimiento, género y liderazgo, cuyas evaluaciones se anali-zaron según los criterios de proporción Kappa de Fleiss. La concordancia promedio obtenida fue moderada (0.426) según las ponderaciones de Landis y Koch (1977).

Además, se llevó a cabo una prueba piloto con la participación de 39 individuos para comprobar la confiabilidad del instrumento, donde se obtuvo un valor de alfa de Cron-bach de 0.92, considerado aceptable según Oviedo y Campo-Arias (2005). Mediante el análi-

sis factorial exploratorio, con un KMO de 0.96, se lograron identificar dos factores principales que explicaron el 63.6% de la varianza del constructo en esta muestra.

Durante el estudio, se visitaron los negocios de las mujeres participantes y se les proporcionaron cuestionarios en línea para completar. Los datos recopilados se analizaron utilizando el software SPSS, evaluando la normalidad, la frecuencia de respuesta y las medidas de tendencia central. Es importante destacar que una de las principales dificultades para obtener la participación de las mujeres fue el temor por la inseguridad en la región, lo cual generó desconfianza en algunas de ellas.

Resultados

Para analizar los datos obtenidos, se calculó el promedio de las respuestas por cada dimensión, lo que permitió interpretar las afirmaciones y determinar el estilo de liderazgo predominante entre las empresarias de Tabasco con base en la escala que se muestra en la Figura 26.1.

Figura 26.1

Escala para interpretar las respuestas de las participantes.

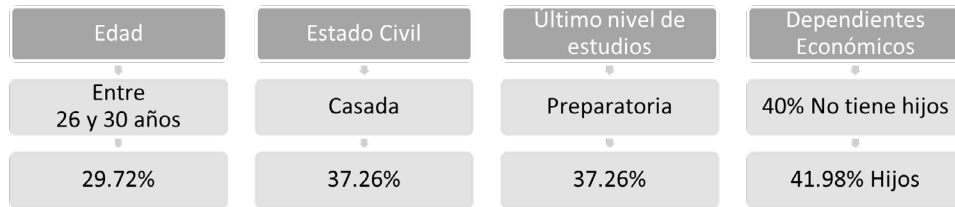
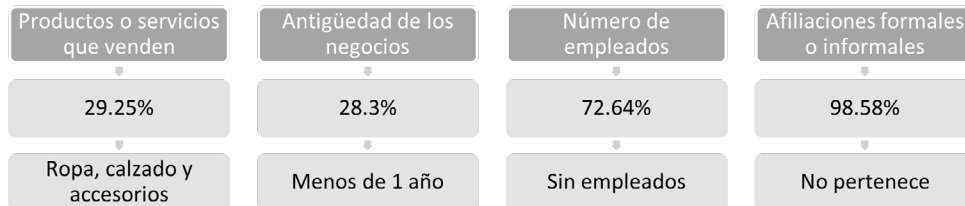
Escala de puntos	Interpretación del resultado
1 a 1.49	Totalmente en desacuerdo con la afirmación
1.5 a 2.49	En desacuerdo con la afirmación
2.5 a 3.49	Ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación
3.5 a 4.49	De acuerdo con la afirmación
5	Totalmente de acuerdo con la afirmación

Nota. Elaboración propia.

Datos demográficos y características de los negocios de las mujeres tabasqueñas

La mayoría de las participantes tienen entre 26 y 30 años y viven en el municipio de Centro, capital del estado de Tabasco. Además, indicaron que tienen un nivel educativo de preparatoria, están casadas y no tienen hijos. Sus principales dependientes económicos son sus hijos (Ver Figura 26.2).

Sobre los negocios de las mujeres participantes, se observó que principalmente vendían ropa, calzado y accesorios y que al momento de recopilar los datos habían estado operando entre seis meses y un año. La mayoría indicó que no tenían empleados y que no pertenecían a ninguna organización formal de empresarios o cámara de comercio (Ver Figura 26.3).

Figura 26.2*Datos demográficos de las participantes del estudio.**Nota. Elaboración propia.***Figura 26.3***Características de los negocios de las participantes.**Nota. Elaboración propia.***Características del liderazgo transformacional en las emprendedoras tabasqueñas**

Se evaluaron cuatro indicadores del liderazgo transformacional: influencia idealizada, motivación inspiradora, estimulación intelectual y consideración individualizada. Las participantes indicaron que están de acuerdo con los enunciados del indicador de Influencia Idealizada, donde el promedio de respuestas fue de 4.07. Es decir, las participantes están totalmente de acuerdo en que hacen que los demás se sientan bien en su compañía (4.62) y tienen fe en ellas (4.24). Sin embargo, no tuvieron una opinión clara sobre si creen que los demás se sienten orgullosos de asociarse con ellas (3.34).

En cuanto al indicador de Motivación Inspiradora, las participantes dieron respuestas en promedio de acuerdo (3.54). Es decir, las emprendedoras consideran que pueden lograr sus metas con confianza (4.11) y tienen una actitud positiva hacia el futuro, hablando con entusiasmo sobre cómo lograr objetivos (3.55). Pero sobre su relación con los demás, no están seguras de si explican claramente lo que se debe hacer (3.25) o si ayudan a que otros hallen sentido en su trabajo (3.0).

Conforme al indicador Estimulación Intelectual, las participantes no tuvieron una postura clara al respecto (3.25). Es decir, no se encuentran ni de 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 ideas para mejorar el trabajo (3.15).

En cuanto al indicador de Consideración Individualizada, las participantes no tuvieron una respuesta clara, ya que sus opiniones se dividieron en ambos extremos del espectro). En promedio, las participantes no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo en dedicar tiempo a enseñar o capacitar a sus colegas (3.33), ayudar a los demás a desarrollar sus fortalezas (3.22), dar atención a todos para que nadie se sienta excluido (3.15) o dedicar tiempo a comentar sobre el trabajo de los demás (3.04).

El valor promedio para cada dimensión del liderazgo transformacional, según las respuestas de las participantes, se muestra en la Tabla 26.1. En ella se observa una mayor percepción de sí mismas en términos de motivación inspiradora e influencia idealizada en la forma en que dirigen sus negocios.

Tabla 26.1

Dimensiones de liderazgo transformacional en las empresarias tabasqueñas

Dimensión	Promedio de la escala	Promedio Desviación estándar
Influencia idealizada	4.07	1.042
Motivación inspiradora	3.54	1.530
Estimulación intelectual	3.25	1.675
Consideración individualizada	3.18	1.686

Nota. Elaboración propia

Características del liderazgo transaccional en las emprendedoras tabasqueñas

En relación con las características asociadas al liderazgo transaccional, se evaluaron dos indicadores: recompensa contingente y dirección por excepción. Según las respuestas de las participantes, el indicador de Recompensa Contingente obtuvo un promedio de 3.03, es decir que en promedio las empresarias no tienen una postura clara sobre este indicador: no están seguras de si deben prestar atención a lo que otros pueden obtener a partir de sus logros (3.17), ofrecer recompensas a quienes logren sus metas (2.97) o indicar a los demás lo que deben hacer para ser recompensados (2.95).

Conforme al indicador Dirección por Excepción, las participantes no tienen una opinión clara en promedio, según las respuestas del estudio (3.25). Esto significa que, en promedio, las empresarias indican que prestan atención especial a los errores si los estándares esperados no se cumplen (3.81), pero no tienen una postura definida sobre intervenir cuando las cosas comienzan a fallar (3.45) o sentirse satisfechas cuando los demás cumplen con las normas establecidas (3.28). Del mismo modo, tampoco tienen una intención clara de involucrarse en problemas serios que solo ellas puedan resolver (3.37) o de dar indicaciones para que se realice el trabajo satisfactoriamente (3.16).

En cuanto al valor promedio de las respuestas para cada dimensión del liderazgo transaccional, como se muestra en la Tabla 26.2. Se destaca una percepción más pronunciada de las participantes en cuanto a los rasgos de Dirección por excepción al dirigir sus negocios.

Tabla 26.2

Dimensiones de liderazgo transaccional presente en las empresarias tabasqueñas

Dimensión	Promedio de la escala	Promedio Desviación estándar
Dirección por excepción	3.25	1.688
Recompensa contingente	3.03	1.664

Nota. Elaboración propia.

Para la dimensión Laissez-Faire se realizaron ajustes a las respuestas de las participantes, cambiando los valores negativos a positivos. Donde se obtuvo un promedio de respuesta de 3.54, lo que indica que en promedio, las empresarias están de acuerdo en tomar decisiones (4.36), no ausentarse con frecuencia cuando trabajan con otros (3.70) y no limitar su opinión solo cuando se les solicita (3.55). Sin embargo, tienen una postura menos clara en cuanto a exigir solo lo indispensable a los demás (3.12) o permitir que otros trabajen de la manera en que se sientan más cómodos (2.95).

Discusión

Una de las características identificadas en las empresarias es su mayor presencia en negocios pequeños de comercio al por menor y servicios, lo cual coincide con estudios previos realizados por Langowitz y Minniti (2007), Menches y Abraham (2007) y Reyes et al. (2014). Estos estudios señalan que las mujeres empresarias se enfocan principalmente en el desarrollo de negocios pequeños y micros, y en sectores menos riesgosos como el comercio minorista y de servicios.

Según los datos descriptivos obtenidos de las preguntas para identificar la prevalencia de algún estilo de liderazgo entre las participantes, se encontró que predominan características del liderazgo transformacional, como la influencia idealizada y la motivación inspiradora. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Buitrago y Portillo (2014) y Buitrago (2015), quienes sostienen que las mujeres empresarias tienen una comprensión más holística del mundo, por lo que su visión del liderazgo incluye tanto aspectos personales como comunitarios, con un enfoque en la construcción de relaciones, que según la teoría de Bass y Avolio (1990), corresponden al estilo transformacional.

Las empresarias experimentan apoyo y reconocimiento por parte de las personas que las rodean. Sin embargo, existe cierta inseguridad sobre si los demás se sienten orgullosos de asociarse con ellas en términos de Influencia Idealizada. Además, tienen confianza en su capacidad para alcanzar metas y muestran entusiasmo por el futuro y cómo lograr sus objetivos. Aunque reconocen su habilidad para explicar claramente las tareas, tienen cierta incertidumbre en cuanto a ayudar a los demás a encontrar significado en su trabajo, lo cual se relaciona con la dimensión de Motivación Inspiradora. Estas limitaciones podrían tener

consecuencias en el crecimiento de sus negocios, como han señalado Yang y Triana (2019) y Khalid et al. (2022) en sus investigaciones.

Se evidenció la necesidad de mejora en las empresarias en cuanto a evaluar la efectividad de soluciones encontradas y estar abiertas a nuevas propuestas para resolver situaciones complejas, reflejado en la dimensión de Estimulación Intelectual. También se observó que las participantes requieren mayor atención en la enseñanza y desarrollo de habilidades en los demás, así como en evitar la exclusión y proporcionar retroalimentación sobre el trabajo realizado, según la dimensión de Consideración Individualizada. Estas habilidades son esenciales para el trabajo en equipo, y la falta de ellas podría impactar negativamente en el crecimiento de los negocios de las mujeres, especialmente al liderar equipos (Yang y Triana, 2019).

Las empresarias mostraron falta de atención hacia las recompensas basadas en los logros de los demás, ya que no proporcionan instrucciones claras sobre cómo obtener recompensas ni reconocen los logros alcanzados. En cuanto a la dirección por excepción, no tienen una postura definida en términos de hacer ajustes cuando surgen problemas o dar indicaciones precisas para un desempeño exitoso. Esto refleja una diferencia en el ejercicio del liderazgo entre hombres y mujeres, según Yang y Triana (2019). En cuanto al enfoque Laissez-Faire, se observó que las empresarias no tienen una postura clara sobre permitir que los demás trabajen a su manera, establecer límites o exigir solo lo necesario en colaboración, lo que puede inferirse en que la postura que tomen dependerá del contexto en que se encuentren ejerciendo el papel de líder, como ha señalado Rasdi et al. (2020).

Finalmente, se observa una predominancia de la autopercepción de las participantes como líderes transformacionales, de acuerdo con Bass y Avolio (1990). Sin embargo es de destacar que la mayoría de las participantes del estudio no tenían empleados, lo que puede afectar la forma en que se percibe su papel de líder. Sin embargo, esto coincide con los estudios sobre liderazgo en mujeres realizados por Contreras et al. (2012) Moncayo y Zuluaga (2015) y Martínez-León et al. (2016), quienes destacan que el estilo de liderazgo depende del contexto en el que se desarrolla, la industria en la que se trabaja y la formación que se ha recibido. Por lo que no hay una definición única que permita establecer cómo deben desempeñar el liderazgo las mujeres.

Conclusiones

Tras analizar los datos de esta investigación, es importante destacar que las mujeres a menudo gestionan pequeñas empresas debido a las limitaciones culturales que enfrentan en su rol en la sociedad. Esto se refleja en estudios previos que indican que el estilo de liderazgo de las participantes depende de su relación con los demás. Sin embargo, la falta de claridad en la distinción entre los estilos podría estar relacionada con el hecho de que muchas de ellas no tienen subordinados directos en sus negocios, como en el caso de lo identificado en este trabajo de investigación. Por tanto, se requiere realizar estudios que profundicen en esta variable y examinen otras perspectivas teóricas que ayuden a comprender mejor el liderazgo de las mujeres.

Considerando la influencia del entorno en la participación de las mujeres en los negocios y las características que poseen al emprender y desarrollar proyectos empresariales (Mateo, 2012; Bullough, 2022), es relevante destacar que, en este estudio, las dimensiones de liderazgo utilizadas podrían complementarse con otras para obtener una comprensión más completa del comportamiento de las empresarias. Aplicar criterios adaptados a estas situaciones permitiría lograr un análisis más holístico, en lugar de seguir replicando enfoques tradicionales de teorías administrativas que no consideran cómo el contexto condiciona el comportamiento de las mujeres (Fisher, 2000; Rasdi et al., 2019; Bendel, 2020).

Es importante señalar que esta investigación no utilizó una muestra probabilística y se llevó a cabo en un área geográfica que no representa la situación nacional. Esta aclaración es relevante porque las características sociodemográficas de las participantes indican que las empresarias en Tabasco son principalmente jóvenes, solteras, tienen educación media superior y no tienen dependientes económicos además de ellas mismas o sus hijos. Características que pueden ser diferentes en comparación con el número de mujeres reportadas por el INEGI (2019) como propietarias de negocios en Tabasco y con el 1,642,809 de propietarias de PyMEs a nivel nacional.

Siendo necesario tener un mayor conocimiento de las características únicas de las mujeres en el emprendimiento y en la gestión de negocios, ya que actualmente se carece de una comprensión suficiente de estas peculiaridades. Por lo que es fundamental incluir nuevas teorías complementarias que aborden la educación, la madurez y el liderazgo requeridos en la ejecución de estas actividades. Además, se deben considerar el contexto y la naturaleza de las mujeres y cómo estas condiciones influyen en su estilo de liderazgo al frente de sus propios negocios.

No obstante, y aunque los resultados obtenidos en esta investigación no son generalizables a toda la población, ya que se basan únicamente en las participantes del estudio, sí pueden servir como un punto de partida para futuras investigaciones sobre la participación de las mujeres en la economía a través de sus negocios, lo que permitiría una mejor comprensión del comportamiento emprendedor femenino. Además, sería beneficioso profundizar en los estudios sobre las mujeres emprendedoras, quienes históricamente han sido analizadas bajo estereotipos masculinos preestablecidos, como menciona Berbel (2014).

Referencias

- Bass, B., y Avolio, B. (1990). *Multifactor Leadership Questionnaire*. Consulting Psychologist Press.
- Bendell, B., Sullivan, D., y Marvel, M. (2019) A Gender-Aware Study of Self-Leadership Strategies among High-Growth Entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, 57(1), 110-130, DOI: 10.1111/jsbm.12490
- Berbel, S. (2014). *Directivas y empresarias: Mujeres rompiendo el techo de cristal*. Editorial UOC.

- 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). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7323477>
- Buitrago, R., y Portillo, P. (2014). El poder, las mujeres y su liderazgo ejercido en el sector público. *Revista Fórum Humanes*, 3(2). 45-59. <http://ojs.urbe.edu/index.php/forumhumanes/article/view/2428/4245>
- 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/view/1783>
- Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T., y Schjoedt, L. (2022). Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Bus Econ* 58, 985–996. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00429-6>
- Cáceres, M., Trujillo, J., Hinojo, F., Aznar, I., y García, M. (2012). Tendencias actuales de género y el liderazgo de la dirección en los diferentes niveles educativos. *Educación*, 48(1), 68-89. <https://raco.cat/index.php/Educación/article/view/252993>
- Castro, N., y Espinoza, E. (2020). Liderazgo femenino en la administración pública: contexto ecuatoriano. *Mikarimin, Revista Científica Multidisciplinaria*, 6, 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8765548>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones*. 2ª ed. McGraw-Hill.
- Contreras, F., Pedraza, J., y 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
- Davis, K., y Newstrom, J. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo*. 10ª ed. McGraw-Hill.
- Fischer, H. (2000). *El primer sexo. Las capacidades innatas de las mujeres y cómo están cambiando el mundo*. Taurus.
- García, M., Salas-Arbeláez, L., y Martínez, E. (2017). Estilos de liderazgo de hombres y mujeres en las pymes. *Cali: AD-minister*, (31), 25-46. DOI: 10.17230/ad-minister.31.2
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019). Censos Económicos 2019, los hombres y las mujeres en las actividades económicas.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021). Censos Económicos 2019, características de los establecimientos de propietarios y propietarias.
- Khalid, R., Raza, M., Sawangchai, A., y Sontawinpongsai, C. (2022). The challenging factors affecting women entrepreneurial activities. *Journal of Liberty and International Affairs*, 8(1), 51-66. DOI: 10.47305/JLIA2281051k.
- Landis, J., y Koch, G. The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. PMID: 843571. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/843571/>

- Langowitz, N., y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Lussier, R., y Achua, C. (2008). *Liderazgo: Teoría, Aplicación y Desarrollo de Habilidades*. 2ª ed. Cengage Learning.
- Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I., y García-Ruiz, 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.
- 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>
- 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. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)0733-9364\(2007\)133:9\(701\)](https://doi.org/10.1061/(ASCE)0733-9364(2007)133:9(701))
- Moncayo, B., y 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
- Northouse, P. (2010). *Leadership theory and practice*. Sage.
- Oviedo, H., y 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
- Perozo-Ramírez, B., y Paz-Marciano, 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. DOI:10.21676/23897848.1656.
- Puerto, D. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de comercialización. *Pensamiento y gestión* (28), 171-195. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176009>
- Ramos, A., Sarrió, M., Barberá, E., y Candela, C. (2002). Mujeres directivas y demandas organizacionales. *Revista de psicología social*, 12(2), 183-192. DOI: 10.1174/021347402320007591.
- Rasdi, R., Hamzah, S., y Yean, T. (2020). Exploring Self-Leadership Development of Malaysian Women Entrepreneurs. *Advances in Developing Human Resources*, 22(2), 189–200. <https://doi.org/10.1177/1523422320907048>
- Reyes L., Pinillos, M., y Soriano, I. (2014). Diferencias de género en la orientación emprendedora. *Esic Market Economics and Business Journal*, 45(3), 441-460. <https://doi.org/10.7200/esicm.149.0453.1e>
- Robbins, S. (1996). *Comportamiento organizacional, Teoría y práctica*. Prentice-Hall.
- Robbins, S., y Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. 17ª ed. Pearson.

- Tlaiss, H., y Kauser, S. (2019) Entrepreneurial Leadership, Patriarchy, Gender, and Identity in the Arab World: Lebanon in Focus, *Journal of Small Business Management*, 57(2), 517-537, DOI: 10.1111/jsbm.12397
- Yang, T., y Triana, M. (2019). Set Up to Fail: Explaining When Women-Led Businesses Are More Likely to Fail. *Journal of Management*, 45(3), 926–954. <https://doi.org/10.1177/0149206316685856>