



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES**

**CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

TESIS

**EL EFECTO DE LAS REDES DE COLABORACIÓN Y EL APRENDIZAJE
EN EL EMPODERAMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA
SATISFACCIÓN LABORAL DE LAS MUJERES EN LAS MIPYMES
TURÍSTICAS DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES**

PRESENTA

MARTHA ROCÍO GUERRA GUTIÉRREZ

PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTORA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TUTOR

DR. ISMAEL MANUEL RODRÍGUEZ HERRERA

COMITÉ TUTORAL

**DRA. MARINA ORTÍZ DE ABREU
DRA. GABRIELA CITLALLI LÓPEZ TORRES
DRA. ELENA PATRICIA MOJICA CARRILLO
DRA. PATRICIA HERNÁNDEZ GARCÍA**

AGUASCALIENTES, AGS., 6 DE JUNIO DEL 2019



DRA. SANDRA YESENIA PINZÓN CASTRO
DECANO DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
P R E S E N T E

Por medio del presente como Tutor designado de la estudiante **MARTHA ROCÍO GUERRA GUTIÉRREZ** con ID 107245 quien realizó la tesis titulada: **EL EFECTO DE LAS REDES DE COLABORACIÓN Y EL APRENDIZAJE EN EL EMPODERAMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LAS MUJERES EN LAS MIPYMES TURÍSTICAS DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES**, y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia, me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que pueda proceder a imprimirla, así como continuar con el procedimiento administrativo para la obtención del grado.

Pongo lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, me permito enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"Se Lumen Proferit"
Aguascalientes, Ags., a 7 de junio de 2019

Dr. Ismael Manuel Rodríguez Herrera
Tutor de Tesis

Dra. Marina Ortiz de Abreu
Integrante del Comité Tutoral

Dra. Gabriela Citlalli López Torres
Integrante del Comité Tutoral

c.c.p. - Interesado
c.c.p. - Secretaría de Investigación y Posgrado
c.c.p. - Consejero Académico
c.c.p. - Minuta Secretario Técnico



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

DRA. MARÍA DEL CARMEN MARTÍNEZ SERNA
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
P R E S E N T E

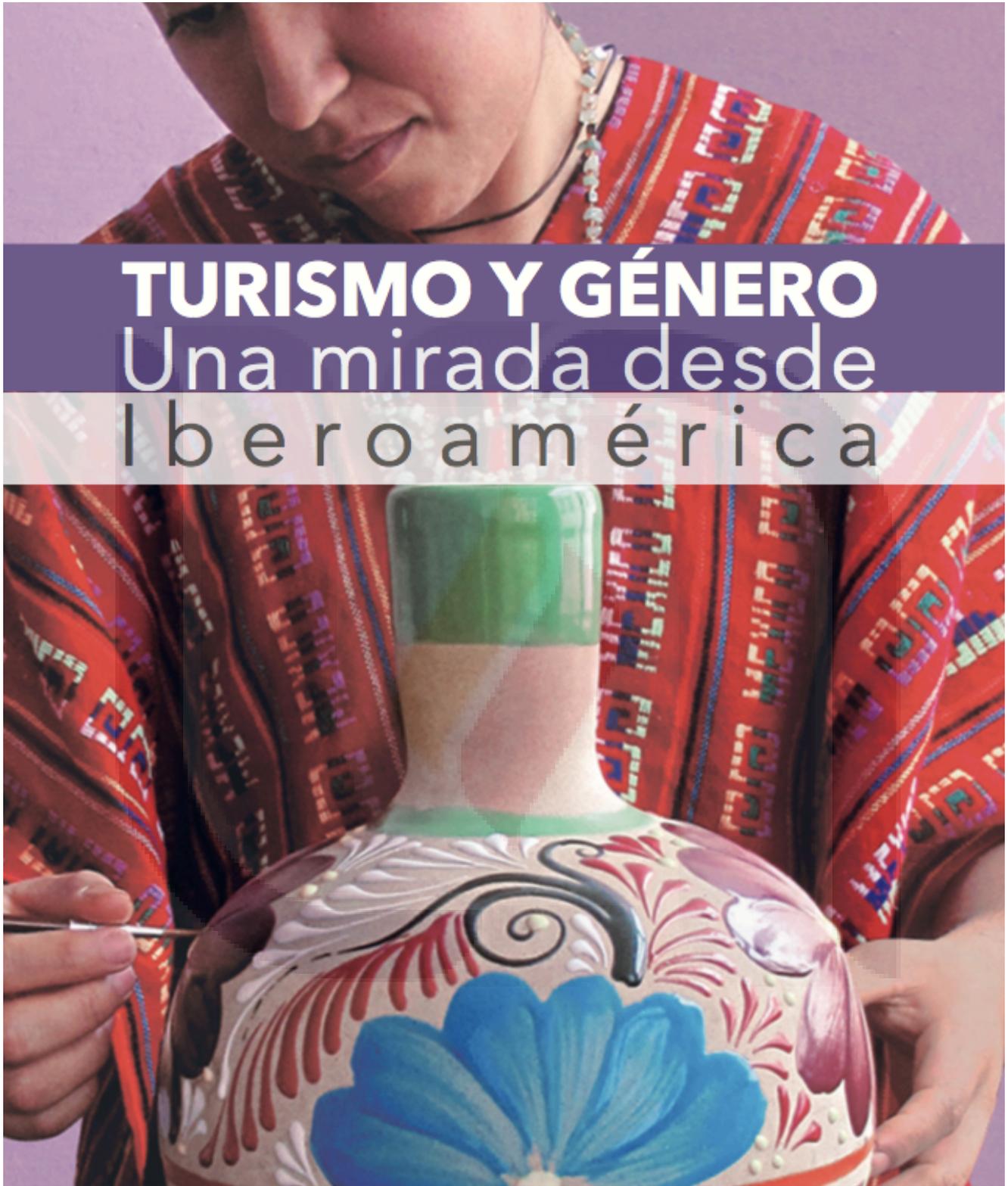
Por medio de este conducto informo que el documento final de Tesis titulado: **EL EFECTO DE LAS REDES DE COLABORACIÓN Y EL APRENDIZAJE EN EL EMPODERAMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LAS MUJERES EN LAS MIPYMES TURÍSTICAS DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES**.
Presentado por el sustentante: **MARTHA ROCÍO GUERRA GUTIÉRREZ** con ID 107245 egresado del **DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**, cumple las normas y lineamientos establecidos institucionalmente. Cabe mencionar que el autor cuenta con el voto aprobatorio correspondiente.

Para efecto de los trámites que al interesado convengan se extiende la presente, reiterándole las consideraciones que el caso amerite.

ATENTAMENTE
"SE LUMEN PROFERRE"
Aguascalientes, Ags., a 10 de junio de 2019

DRA. EN ADMÓN. SANDRA YESENIA PINZÓN CASTRO
DECANO DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

c.c.p.- M. en C.E.A. Imelda Jiménez García - Depto. de Control Escolar
c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría Técnica del Doctorado en Ciencias Administrativas
c.c.p.- Archivo



TURISMO Y GÉNERO

Una mirada desde Iberoamérica

Rocío del Carmen Serrano Barquín
Gregoria Rodríguez Muñoz
Yanelli Daniela Palmas Castrejón
Coordinadoras



TURISMO Y GÉNERO

Una mirada desde
Iberoamérica

1a edición: mayo, 2018

ISBN: 978-607-422-941-7

ISBN versión digital: 978-607-422-940-0

Fotografía en portada: Hugo Iván González Ortega

D.R. © Universidad Autónoma del Estado de México

Instituto Literario núm. 100 ote., Centro,

C.P. 50000,

Toluca, Estado de México

<http://www.uaemex.mx>

La presente investigación fue sometida a dictamen
en el sistema de pares ciegos externos.

El contenido de esta publicación es responsabilidad de los autores.

En cumplimiento del Reglamento de Acceso Abierto de la Universidad Autónoma del Estado de México, la versión digital de esta obra se pone a disposición del público en el repositorio de la UAEM (<http://ri.uaemex.mx>) para su uso en línea con fines académicos y no de lucro, por lo que se prohíbe la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de esta presentación impresa sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal del Derecho de Autor y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

Impreso y hecho en México

El empoderamiento de las mujeres que trabajan en el sector turístico. Un análisis desde las redes sociales y la gestión del conocimiento

Martha Rocío Guerra Gutiérrez¹

Gizelle Guadalupe Macías González²

Ismael Manuel Rodríguez Herrera¹

286

Guerra Gutiérrez, Macías González y Rodríguez Herrera

Introducción

En este texto, hay una aproximación al estado del conocimiento sobre el empoderamiento organizacional de las mujeres en el sector turismo. El estudio comprende el análisis de treinta investigaciones realizadas en varios países como México, Chile, Perú, Uruguay, Australia y España, durante el período 1992-2016, las cuales representan artículos científicos y trabajos de tesis doctorales que de alguna manera exploran las temáticas en estudio. El análisis plantea desde las redes sociales y la gestión del conocimiento que generan las mujeres que laboran en el sector turismo. El marco de estudio de esta revisión está centrado en los beneficios que las mujeres generan como resultados de sus acciones. La primera se deriva de la capacidad de la empresa turística en donde ellas laboran para producir nuevos conocimientos, compartiéndolos dentro de la organización y haciéndolos tangibles en los productos o servicios, teniendo así una buena gestión del conocimiento; y la segunda acción, parte de analizar el conjunto de relaciones que ellas establecen con un grupo de actores/as para obtener su empoderamiento organizacional.

Para ello se ha decidido organizar el documento de acuerdo con la información recabada en estos aspectos. Primero, se aborda el empoderamiento organizacional de las mujeres, los enfoques conceptuales y los estudios que se han realizado sobre empoderamiento organizacional femenino en empresas turísticas. Posteriormente se da cuenta del estudio de redes sociales de las mujeres y se concreta en investigaciones sobre redes sociales

¹ Universidad Autónoma de Aguascalientes, México.

² Universidad de Guadalajara, México.

AGRADECIMIENTOS

El cumplimiento del presente proyecto ha sido posible gracias a una gran cantidad de personas e instituciones que han confiado en los resultados y los frutos que se obtendrían de la investigación, por lo que a continuación me permito mencionar a cada una de ellas. Al doctor Ismael Rodríguez Herrera, a quien tuve la fortuna de tener como director de tesis y a quien le agradezco toda su paciencia, el conocimiento compartido, sus consejos, su guía y hasta sus regaños desde antes y durante el proceso del doctorado. A las doctoras Gabriela López y Marina Ortiz, quienes conformaron el comité tutorial y, a su vez, fueron una parte esencial durante este proceso, complementando desde otra perspectiva mi formación en la investigación. Al doctor Gonzalo Maldonado Guzmán, a quien agradezco profundamente por haber compartido sus conocimientos, su tiempo y su pasión por la investigación, de tal manera que hizo que me fijase una de las metas más importantes y decisivas en mi trayectoria laboral. A la doctora Gizelle Macías González, al doctor Roberto Hernández Sampieri y al Dr. Neftalí Praga Montoya, quienes amablemente me abrieron las puertas, y con su experiencia y sabiduría en cada una de sus áreas, revisaron esta tesis y me compartieron sus opiniones y consejos, esto con la finalidad de que obtuviese un resultado más enriquecedor.

Agradezco también a todos aquellos empresarios(as) que me permitieron aplicar el instrumento de medición, y de manera especial agradezco a las mujeres trabajadoras que con gran esfuerzo dedicaron su tiempo en responder todas esas preguntas planteadas dentro de la encuesta.

A mis compañeros del programa de Doctorado en Ciencias Administrativas, quienes me brindaron su amistad y su apoyo incondicional cada vez que fue necesario.

A nivel institucional, quiero agradecer a la Universidad Autónoma de Aguascalientes, ya que durante años ha sido mi *alma mater* en la que desarrollé mis

estudios de licenciatura, maestría y doctorado. Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por haberme otorgado el apoyo económico para continuar con mis estudios. Al Instituto para el Desarrollo de la Sociedad del Conocimiento del Estado de Aguascalientes, institución que me otorgó un apoyo económico para culminar mis estudios de doctorado. A la Universidad de Guadalajara y a la Universidad de Celaya, que me recibieron para realizar estancias de investigación y complementar de esta manera mi formación. A la Universidad del Valle de México, que se fijó en mí y me ofreció un trabajo apasionante en el que tengo la oportunidad de investigar, aprender y enseñar al lado de mis alumnos y compañeros.

Por último, agradezco al pilar más importante en mi vida, mi familia. Gracias a mis padres Martha Aurora y Juan Carlos, a mi hermano Juan Carlos y a mi querida hija Anna Regina, que sin el gran apoyo que siempre me han brindado, este proyecto no hubiera sido posible.

A todos, ¡gracias!

DEDICATORIAS

A Dios, mi gran amigo y guía en esta vida; a mis padres, Martha Aurora y Juan Carlos, tenerlos aquí es una bendición.

A mi mayor motivación para continuar aprendiendo y creciendo, mi amada hija Anna Regina.



ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	1
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
Capítulo I. Introducción.....	11
1.1. Introducción al trabajo de investigación.....	12
1.2. Planteamiento del problema.....	16
1.3. Justificación de la investigación.....	21
1.4. Objetivos de la investigación.....	23
1.5. Preguntas de la investigación.....	24
1.6. Modelo teórico.....	25
1.7. Hipótesis de la investigación.....	28
Capítulo II. Marco teórico.....	30
2.1. Empoderamiento.....	31
2.1.1. <i>Conceptualización del empoderamiento</i>	31
2.1.2. <i>Dimensiones del empoderamiento</i>	34
2.1.2.1. <i>Empoderamiento social</i>	35
2.1.3. <i>Importancia del empoderamiento económico</i>	38
2.1.4. <i>Elementos de empoderamiento</i>	42
2.1.5. <i>El empoderamiento desde un enfoque de género</i>	47
2.1.6. <i>Inclusión de la mujer dentro de la empresa</i>	50
2.1.7. <i>Modelos del proceso de empoderamiento</i>	52

2.1.7.1. Modelo de la UNICEF.....	52
2.1.7.2. Modelo de López.....	54
2.1.7.3. Modelo de empoderamiento INTRAC.....	56
2.1.7.4. Modelo de Narayan.....	57
2.1.7.5. Modelo de Rowlands.....	59
2.1.7.6. Otros modelos relevantes.....	59
2.1.8. <i>Empoderamiento organizacional</i>	64
2.1.9. <i>Medición del empoderamiento</i>	67
2.2. El aprendizaje organizacional dentro de la gestión del conocimiento.....	71
2.2.1. <i>Conceptualización de la gestión del conocimiento</i>	74
2.2.2. <i>Procesos de la gestión del conocimiento</i>	76
2.2.3. <i>Modelos de la gestión del conocimiento</i>	78
2.2.4. <i>Estudios sobre gestión del conocimiento</i>	84
2.2.5. <i>Medición de la gestión del conocimiento</i>	86
2.2.6. <i>Aprendizaje organizacional</i>	92
2.2.7. <i>Conceptualización del aprendizaje organizacional</i>	93
2.2.8. <i>Modelos de aprendizaje organizacional</i>	95
2.2.9. <i>Estudios sobre aprendizaje organizacional</i>	97
2.2.10. <i>Medición del aprendizaje organizacional</i>	99
2.3. Redes de colaboración.....	99
2.3.1. <i>Conceptualización de las redes sociales</i>	101
2.3.2. <i>Proceso para el análisis de redes sociales</i>	103
2.3.3. <i>Incorporación del análisis de redes en la investigación científica</i>	108
2.3.4. <i>Redes de colaboración</i>	109
2.3.5. <i>Metodología del análisis de las redes</i>	110

2.3.6. Principales estudios sobre el análisis de redes	110
2.4. Satisfacción laboral.....	115
2.4.1. Conceptualización de satisfacción laboral.....	116
2.4.2. Teorías de las causas de la satisfacción en el trabajo.....	118
2.4.3. Teoría de Locke.....	119
2.4.3.1. Teoría de los dos factores de Herzberg.....	119
2.4.3.2. Teoría del aprendizaje social.....	120
2.4.4. Principales estudios sobre satisfacción laboral.....	121
2.4.5. Medición de la satisfacción laboral.....	123
2.5. Marco contextual.....	125
2.5.1. Contextualización de las Pymes.....	125
2.5.2. Micro, pequeñas y medianas empresas.....	126
2.5.3. El papel de las micro, pequeñas y medianas empresas en México.....	127
2.5.4. Participación de las mujeres dentro de las Mipymes turísticas.....	130
2.5.5. Mipymes en el sector turístico.....	134
2.5.6. El papel de las Mipymes del sector turístico en el estado de Aguascalientes.....	138
Capítulo III. Modelo teórico y planteamiento de hipótesis.....	146
3.1. Planteamiento de hipótesis.....	147
3.1.1. Impacto entre aprendizaje y empoderamiento organizacional.....	150
3.1.2. Impacto entre redes de colaboración y empoderamiento organizacional.....	151
3.1.3. Impacto entre redes de colaboración y aprendizaje organizacional.....	151
3.1.4. Impacto entre empoderamiento organizacional y satisfacción laboral.....	154
Capítulo IV. Metodología.....	156
4.1. Proceso metodológico.....	157

4.1.1. Fases del proceso metodológico.....	158
4.2. Contexto y enfoque de la investigación.....	162
4.3. Paradigma filosófico de la investigación	165
4.4. Proceso de adaptación de las escalas.....	165
4.5. Diseño del instrumento y operacionalización de las variables.....	166
4.6. Contexto de la investigación.....	175
4.7. Muestreo.....	178
4.7.1. Población objeto de estudio.....	178
4.7.2. Selección de la muestra.....	179
4.7.3. Muestra.....	181
4.7.4. Recolección de datos.....	184
4.8. Pruebas de fiabilidad y validez del modelo teórico.....	185
4.8.1. Fiabilidad y validez del constructo aprendizaje organizacional.....	189
4.8.2. Fiabilidad y validez del constructo redes de colaboración.....	197
4.8.3. Fiabilidad y validez del constructo empoderamiento organizacional.....	199
4.8.4. Fiabilidad y validez en el constructo satisfacción laboral.....	205
Capítulo V. Análisis de resultados y discusión.....	209
5.1. Análisis descriptivo de la muestra.....	210
5.2. Contraste del modelo general propuesto.....	210
Capítulo VI. Conclusiones.....	224
REFERENCIAS.....	234
ANEXOS.....	249

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis del impacto entre constructos..... 18

Tabla 2. Importancia del empoderamiento..... 41

Tabla 3. Elementos del empoderamiento..... 43

Tabla 4. Marco de igualdad y empoderamiento de las mujeres..... 53

Tabla 5. Incorporación del análisis de redes en la investigación científica..... 105

Tabla 6. Clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas..... 128

Tabla 7. Características económicas del sector..... 139

Tabla 8. Número de Mipymes turísticas por municipio..... 139

Tabla 9. Número de Mipymes turísticas en el municipio de Aguascalientes..... 142

Tabla 10. Número de Mipymes turísticas en el municipio de Calvillo..... 142

Tabla 11. Número de Mipymes turísticas en el municipio de Asientos..... 143

Tabla 12. Número de Mipymes turísticas en el municipio de San José de Gracia..... 143

Tabla 13. Contexto de la investigación..... 163

Tabla 14. Operacionalización de la variable empoderamiento organizacional.... 168

Tabla 15. Operacionalización de la variable satisfacción laboral..... 170

Tabla 16. Operacionalización de la variable aprendizaje organizacional..... 172

Tabla 17. Operacionalización de la variable redes de colaboración..... 174

Tabla 18. Estratificación de las empresas del sector servicios..... 180

Tabla 19. Estratificación de las empresas por número de empleados..... 181

Tabla 20. Ficha técnica del diseño de la investigación..... 183

Tabla 21. Prueba de fiabilidad para el aprendizaje individual correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional..... 191

Tabla 22. Prueba de fiabilidad para el aprendizaje grupal correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional..... 192

Tabla 23. Prueba de fiabilidad para el aprendizaje organizacional correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional..... 193

Tabla 24. Prueba de fiabilidad para la cultura del aprendizaje organizacional correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional..... 194

Tabla 25. Prueba de fiabilidad para la transferencia de información correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional..... 195

Tabla 26. Prueba de fiabilidad para la formación correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional..... 196

Tabla 27. Prueba de fiabilidad para el constructo redes de colaboración..... 198

Tabla 28. Prueba de fiabilidad para la estructura dinámica correspondiente al constructo de empoderamiento organizacional..... 201

Tabla 29. Prueba de fiabilidad para el control de las decisiones correspondiente al constructo de empoderamiento organizacional..... 202

Tabla 30. Prueba de fiabilidad para la fluidez de la información correspondiente al constructo de empoderamiento organizacional..... 204

Tabla 31. Prueba de fiabilidad para la satisfacción intrínseca correspondiente al constructo de satisfacción laboral..... 206

Tabla 32. Prueba de fiabilidad para la satisfacción extrínseca correspondiente al constructo de satisfacción laboral..... 207

Tabla 33. Tamaño de la empresa por destino turístico..... 213

Tabla 34. Puesto dentro de la empresa y nivel de estudios..... 215

Tabla 35. Estimación del modelo teórico..... 216

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo teórico..... 26

Figura 2. Modelo de empoderamiento INTRAC..... 55

Figura 3. Marco del empoderamiento..... 56

Figura 4. Modelo de los tres niveles..... 58

Figura 5. Modelo de Stromquist..... 59

Figura 6. Modelo de Batiwala..... 60

Figura 7. Matriz de empoderamiento femenino (WEM) 62

Figura 8. Proceso de tres etapas del empoderamiento..... 63

Figura 9. Modelo con base en los activos intangibles..... 79

Figura 10. Modelo de la gestión del conocimiento..... 80

Figura 11. Modelo holístico..... 81

Figura 12. Modelo de tres dimensiones de la gestión del conocimiento..... 82

Figura 13. Modelo de cinco fases del proceso de creación del conocimiento organizacional..... 84

Figura 14. Modelo de aprendizaje organizacional..... 96

Figura 15. Características principales por tamaño del sector servicios..... 129

Figura 16. Comparativo de la participación de hombres y mujeres en el sector servicios..... 132

Figura 17. Municipios del estado con mayor cantidad de Mipymes turísticas..... 141

Figura 18. Representación de las diferentes hipótesis planteadas en la investigación..... 148

Figura 19. Diseño del proceso de investigación acción..... 161

Figura 20. Ubicación del estado de Aguascalientes en la República Mexicana..... 176

Figura 21. Índices de fiabilidad..... 186

Figura 22. Dimensiones del modelo teórico..... 188

Figura 23. Despliegue del constructo aprendizaje organizacional..... 190

Figura 24. Despliegue del constructo redes de colaboración..... 197

Figura 25. Despliegue del constructo empoderamiento organizacional..... 200

Figura 26. Despliegue del constructo satisfacción laboral..... 205

Figura 27. Ubicación geográfica..... 211

Figura 28. Tamaño de la empresa..... 212

Figura 29 Género del director o dueño..... 214

Figura 30. Solución estructural al modelo teórico..... 218

RESUMEN

Durante los últimos años, la utilización del término empoderamiento se ha hecho cada vez más común, sin embargo, es un constructo que se utiliza en distintas áreas de estudio que van desde la economía, la psicología, las ciencias sociales hasta la medicina. Para algunos autores el término empoderamiento organizacional se refiere a la concesión de autoridad laboral, la toma de decisiones o el poder que adquieren los empleados (Harley, 1999).

La mayor parte de los estudios encontrados sobre empoderamiento lo hace desde una perspectiva de género ya que este término suele ser utilizado para referirse al poder que adquieren las mujeres, y la presente investigación no es la excepción, puesto que se tiene como objetivo principal determinar cuál es el impacto que ejercen la gestión del conocimiento y las redes de colaboración en el desarrollo del empoderamiento organizacional y la satisfacción laboral en las mujeres que trabajan dentro de las empresas turísticas del estado de Aguascalientes. Con la presente investigación se pretende realizar una aportación significativa a la literatura del tema, debido a que hasta el momento no se ha encontrado un estudio que analice en conjunto las relaciones de los constructos presentados.

Palabras clave: empoderamiento organizacional; redes de colaboración; aprendizaje organizacional; satisfacción laboral; Mipymes turísticas.

ABSTRACT

In actuality, the use of the term empowerment has become increasingly common, yet it is a construct that is used in different areas of study like economy, psychology, social sciences to medicine. For some authors, the term refers to organizational empowerment to grant labor authority, decision-making or power acquired by employees (Harley, 1999).

Most of the studies found on empowerment do from a gender perspective as this term is usually used to refer to power acquired by women and this research is not the exception as it's main objective is to determine what is the impact that knowledge management and collaborative networks in the development of organizational empowerment and job satisfaction among women who work in tourism businesses of the state of Aguascalientes. With this research aims to make a significant contribution to the literature on the subject, since so far not been found a study which analyzed together the relationships of the constructs presented.

Keywords: organizational empowerment; knowledge management; collaborative networks; job satisfaction.



CAPÍTULO I.
INTRODUCCIÓN

2. Capítulo I. Introducción

2.1. Introducción al trabajo de investigación

En la actualidad, se ha valorado en gran medida el papel que juegan las micro, pequeñas y medianas empresas (Mypimes) para el desarrollo económico en México, ya que ellas contribuyen de manera directa con la generación de riquezas, creación de nuevos empleos, y todo ello ocasiona un efecto directo en los núcleos familiares de los mexicanos. Sin embargo, algunos autores señalan que el éxito de estas empresas suele depender de pequeños factores relacionados con la manera en que es gestionado su capital humano, y que se haga de manera eficiente, todo esto tiene su fundamento en la teoría de los recursos y capacidades de las empresas (Rocca, de Lema y Gómez-Guillamón, 2016).

Para el caso de nuestro país, es de gran importancia que se realicen investigaciones y proyectos que beneficien a las micro, pequeñas y medianas empresas, puesto que son estas empresas las que constituyen una parte esencial en la economía del país, debido a que a nivel nacional existe un aproximado de 5 millones de unidades empresariales, dentro de las cuales 93.7 % son micro, 5.1 % son pequeñas y 1 % son medianas, obteniendo al final 99.7 % de participación total por parte de las Mipymes en México, que son las que generan 52 % del Producto Interno Bruto (PIB) y 72 % del empleo nacional (INEGI, 2017).

Este hecho ha sido reconocido por investigadores de distintas áreas, en especial en las ciencias económicas, quienes le han dado la importancia que esto posee al realizar estudios en las Mipymes del país, sin embargo, para el caso de la industria turística no ha sido, hasta el momento, tan desarrollado como en otros sectores, por lo que surge como una primera instancia la necesidad de realizar una investigación enfocada específicamente en las empresas turísticas, por lo que uno de los alcances de la presente tesis es analizar y describir el papel que tienen

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

actualmente las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico en el estado de Aguascalientes.

La investigación realizada, además de desarrollarse en la industria del turismo, se interesa en conocer la manera en la que las mujeres perciben el nivel de empoderamiento organizacional dentro de la empresa, así como su aprendizaje, sus redes de colaboración y su satisfacción laboral, lo que permite retomar la importancia que tiene el hecho de que las mujeres se involucren en el trabajo remunerado en una empresa, lo cual se ha venido incrementando debido a los beneficios que aporta tanto a la economía de los países como a la calidad de vida de la familia y de sus comunidades, ya que las empodera económicamente y además les brinda la oportunidad de acceder a recursos materiales que anteriormente no tenían (León, 1997).

Este hecho ha sido un fenómeno social observado, estudiado y apoyado por una gran cantidad de entidades, siendo el caso de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2015), que señala que “invertir en el empoderamiento económico de las mujeres contribuye directamente a la igualdad de género, la erradicación de la pobreza y el crecimiento económico inclusivo”.

Se ha observado que el número de empresas dirigidas por mujeres durante los últimos años ha tenido un incremento y, además, se les ha reconocido una importante contribución a la creación de riqueza, a la innovación y al desarrollo económico en general. Todo ello ha provocado que se genere un debate académico y político sobre la población empresarial femenina (Álvarez, 1998; Carter, 2002), sin embargo, poco se ha investigado desde una forma sistemática y basada en la teoría (Baker, 1997; Brush y Hisrich, 1999; Landström y H.Frank, 1997; Parker, 2004).

En México, durante los últimos años, la participación de las mujeres en puestos directivos y gerenciales dentro de las empresas se ha venido incrementando,

ya que según datos de la Asociación de Mujeres Mexicanas Jóvenes Empresarias (AMMJE), más de 35% de las micro, pequeñas y medianas empresas tienen al frente a una mujer (AMMJE, 2011). Por lo tanto, las mujeres forman parte de un eslabón muy importante en el ámbito empresarial y especialmente en el sector turístico, el cual ha sido un sector en el que se ha venido experimentando un continuo crecimiento y una profunda diversificación en los servicios, hasta lograr colocarse como uno de los motores claves para el actual progreso socioeconómico mundial (Tejada, Moreno, y Rodríguez, 2013).

Por otra parte, el empoderamiento es definido como un proceso social en el que se experimentan cambios en la distribución de poder en las relaciones interpersonales y en las instituciones de la sociedad (Riger, 1993). Por su parte, Hashemi, Schuler y Riley (1996) identifican el empoderamiento como un proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno, los autores lo percibe como una evolución en la concientización de las mujeres sobre sí mismas, en su estatus y en su eficacia en las interacciones sociales (Hashemi, Schuler y Riley, 1996).

El empoderamiento ha sido un tema estudiado en distintas áreas del conocimiento, convirtiéndose así en un término cada vez más utilizado en la literatura popular, sin embargo, al hablar de empoderamiento organizacional se hace una notable referencia a la concesión de autoridad laboral, la capacidad para la toma de decisiones y el poder para los empleados en la empresa (Griggspall y Albrecht, 2003). Este tipo de empoderamiento ha sido definido como el proceso en el cual se incluyen cambios positivos en las personas, mismos que pueden manifestarse en aprendizaje de nuevas habilidades, mayor participación, incursión e influencia dentro de nuevos espacios, aprender a analizar, expresarse, obtener y administrar recursos (Subiñas Abad, 2009).

El estudio del aprendizaje en las organizaciones surge del supuesto de que muy pocos trabajadores comienzan en un trabajo conociendo a la perfección las actividades y los procesos que se deben realizar, especialmente en cuanto al uso de las nuevas tecnologías. Por lo tanto, las empresas deben capacitar y enseñar a sus empleados para que logren aumentar su nivel de desempeño (Furnham, 2001).

El aprendizaje organizacional ha sido considerado como un elemento clave para el desarrollo de las organizaciones (López, Ahumada, Olivares y González, 2012), y además de esto, se ha considerado el análisis de las organizaciones y de la administración como un aspecto estratégico para una buena dirección de las empresas (Fassio y Ruddy, 2017). Sin embargo, es un tema que dentro del campo de investigación académica y en el campo laboral, ha tenido un desarrollo relativamente joven (Garzón y Fisher, 2008).

Otro de los constructos que se involucran dentro de la presente tesis, es el de las redes de colaboración, cuyo estudio surge en 1930 (P. Hernández, 2012). En la actualidad, el interés por su estudio se ha incrementado considerablemente, debido a que la sociedad se encuentra en una era de información en la que estar relacionados con diversas personas alrededor del mundo se ha facilitado en gran medida, por lo que los principales estudios sobre el tema se han orientado cada vez más a la generación de redes como medio para organizar a la sociedad (Castells, 2001). Estas redes son definidas como alianzas entre interesados que, a su vez, tienen el objetivo principal de lograr resultados acordados conjuntamente a través de la participación y la colaboración mutua (Sebastián, 2000).

Además del empoderamiento, el aprendizaje y las redes de colaboración, se incluye un cuarto constructo para complementar el modelo teórico de la investigación, éste es la satisfacción laboral. Dicho concepto surge dentro de la investigación de Hawthorne (1924) (Muchinsky, 2006). Sin embargo, es definido por primera vez por Hoppock como aquella mezcla de las características psicológicas y

físicas de los individuos, que se combinan con diversos eventos ambientales dentro de su lugar de trabajo para obtener satisfacción o sentirse con un estado positivo o placentero en su lugar de trabajo (Basol, 2016).

Después de la breve descripción de los constructos involucrados dentro de la tesis, se presenta el objetivo general de la investigación: determinar cuál es el impacto que ejercen el aprendizaje organizacional y las redes de colaboración en el desarrollo del empoderamiento y la satisfacción laboral en las mujeres que desempeñan dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

El presente documento se encuentra conformado por siete capítulos: el primero se denomina antecedentes y dentro de él se exponen temas como el planteamiento del problema, la justificación, objetivos, modelo teórico e hipótesis. El segundo capítulo es el marco teórico, seguido del tercer capítulo que es el marco contextual, en el cuarto capítulo se explica detalladamente cómo se conformó el modelo teórico y las hipótesis, después siguen los capítulos de metodología y resultados, para finalizar con el séptimo capítulo donde se exponen las conclusiones de la investigación, la limitaciones y las futuras líneas de investigación.

2.2. Planteamiento del problema

Dentro de esta investigación se plantea la relación entre cuatro constructos, que son aprendizaje organizacional; las redes de colaboración; el empoderamiento organizacional, y la satisfacción laboral, esto con la finalidad de analizar el impacto que tienen sobre las mujeres que trabajan dentro de las empresas turísticas del estado, ya que el efecto que generan estas relaciones contribuirá como fuente de conocimiento para las empresas del sector turístico e incrementará la literatura de cada una de las variables involucradas, así como también de los estudios de mujeres que trabajan dentro de las empresas.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

En la actualidad, se han venido incrementado los estudios sobre las variables gestión del conocimiento; redes sociales; empoderamiento organizacional, y satisfacción laboral, debido a la importancia que tienen para las empresas y para los investigadores del área de las ciencias administrativas conocer qué efecto tienen éstas sobre el óptimo funcionamiento de la organización. El estudio de las variables propuestas anteriormente, pero bajo condiciones en contextos diferentes, se describirá a continuación.

Se ha detectado una evidente carencia de estudios enfocados en las Mipymes (Yew, 2005; Terziovski, 2010). Según Yew (2005), estas empresas no han sido investigadas sistémicamente debido a que los estudios sobre la gestión del conocimiento se enfocan en las grandes empresas, sin considerar las necesidades de los negocios más pequeños, por lo que realiza una investigación para tratar de subsanar esta brecha, identificando así la existencia de 11 factores críticos para el éxito que se relacionan con la gestión de su conocimiento, entre ellos se encuentra la educación y la capacitación. Concluye que el estudio fue un apoyo preliminar y propone una etapa posterior en la que se evalúen las prácticas de las empresas. Señala también que la investigación realizada puede ser empleada como un “trampolín” para futuras investigaciones empíricas, las cuales serán un tema de discusión interesante (Yew, 2005).

Con respecto a las organizaciones consideradas en un tamaño micro, pequeñas y medianas, aún no hay un enfoque claro de los factores que se deben considerar para facilitar a los trabajadores un verdadero aprendizaje (Garzón y Fisher, 2008), el cual les pudiera servir como herramienta para hacer frente a las amenazas y ser tomado como una oportunidad para tener personas dentro de la empresa, dispuestas a compartir conocimientos.

Con base en lo anterior, la presente investigación pretende demostrar que existe una relación entre el empoderamiento organizacional, el aprendizaje, las redes

de colaboración y la satisfacción laboral. Este hecho ha sido estudiado en diversas investigaciones en empresas con distinciones a las que se enfocará esta tesis, ya sea por tamaño, por sector o porque se encuentran en una zona geográfica distinta y, por lo tanto, se enfrentan a contextos diferentes. En la Tabla 1 se expone un análisis de los estudios que se han generado de estas variables y sus relaciones entre ellas, sirviendo como apoyo y sustento al momento de plantear las hipótesis.

Tabla 13. Análisis del impacto entre constructos

	Aprendizaje organizacional	Redes de colaboración	Empoderamiento organizacional
Aprendizaje organizacional	Batista Matamoros, Velázquez, Zaldívar, Díaz Contreras y Ronda Pupo, 2015; Bernal, Turriago y Sierra, 2010; Lee, Lee y Kang, 2005; Palacios Marqués y Garrigós Simón, 2006	Carcamo, Garay-Fluhmann y Gaymer, 2014; Giuliani y Bell, 2005; D. M. R. Gómez, 2016; Hollenbeck y Jamieson, 2015; Kogut y Zander, 1992; Restrepo, Arias y Restrepo, 2016	-

Empoderamiento organizacional	Hasani y Sheikhesmaeili, 2016; Kazlauskaite, Buciuniene, Turauskas y Salciuviene, 2009; Ng y Butts, 2009; Sohrabi, Chenari, Nazem, Farahzadi y Bahmanabadi, 2013b	Daily, Bishop y Massoud, 2012; Todd, Houston y Suffrin, 2015	Matthews, Díaz y Cole, 2003b; Mendoza, León, Orgambídez y Borrego, 2009; Mendoza-Sierra, Orgambidez-Ramos, Carrasco-González y Leon-Jariego, 2014
Satisfacción laboral		Andreu Simó, Currás Pérez y Gnoth, 2011	Kazlauskaite, Buciuniene y Turauskas, 2012; Kazlauskaite <i>et al.</i> , 2009; Laschinger y Finegan, 2005; Mendoza-Sierra <i>et al.</i> , 2014; Migneault, Rousseau y Boudrias, 2009; Pelit, Öztürk y Arslantürk, 2011; Ping, Murrmann y Perdue, 2010; Thorlakson y Murray, 1996

Fuente: Elaboración propia con base en los autores.

Realizar un estudio sobre empoderamiento organizacional y sus nexos con el aprendizaje organizacional, las redes sociales y la satisfacción laboral, pudiera llegar a ser un apoyo para las Mipymes turísticas que tengan interés por tener un buen funcionamiento de su organización, ya que diversos autores han demostrado la importancia que tienen para el logro de los objetivos de la empresa el hecho de que sus empleados se encuentren bien capacitados (Garzón y Fisher, 2008), tengan la habilidad de tomar decisiones en el puesto que ocupen (Matthews, Díaz y Cole, 2003a; Mendoza *et al.*, 2009) y que se encuentren satisfechos dentro de la organización (Hollenbeck y Jamieson, 2015; Hoppock, 1935).

Es por esto que el presente estudio pretende investigar el efecto que tienen estas variables en las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas en el estado de Aguascalientes, así como también analizar la relación que tienen las variables en su conjunto.

Las relaciones entre el conocimiento, la información existente y la toma de decisiones en el turismo, han sido abordadas fundamentalmente a nivel de destinos turísticos, encontrándose carencias en el estudio de dichas relaciones en el ámbito de las organizaciones empresariales que interactúan dentro de los propios destinos (Batista *et al.*, 2015). Este hecho ha sido expresado debido a la débil producción de artículos científicos que contribuyen a explicar la relación entre las redes sociales, la satisfacción laboral, el empoderamiento y el aprendizaje organizacional.

El capital humano es visto como un elemento clave para lograr objetivos de competitividad y crecimiento en el sector turístico (Lillo y Casado, 2011), sin embargo, hasta el momento, la investigación sobre el tema del aprendizaje organizacional y la satisfacción laboral ha sido poco abordado en el sector y menos aún en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico.

La importancia que juegan las mujeres dentro de las empresas del sector turístico es claramente visible, muestra de ello es la cantidad de estudios que se realizan bajo una perspectiva de género, de los cuales, algunos son expuestos dentro del presente documento. Sin embargo, casi ninguno de ellos se encuentra enfocado en el sector turístico, siendo que en nuestro estado la participación de las mujeres como trabajadoras en estas empresas es mayor que 50 % en comparación con los hombres, por lo que para esta investigación se ha decidido estudiar únicamente el comportamiento de las mujeres con respecto a las variables propuestas.

Otra de las propuestas interesantes que presenta la investigación es que hasta el momento no se ha analizado cómo se vinculan las variables de aprendizaje organizacional, redes de colaboración, empoderamiento organizacional y satisfacción laboral en su conjunto.

2.3. Justificación de la investigación

La presente investigación parte de la necesidad de identificar si realmente el aprendizaje organizacional y las redes de colaboración empoderan a las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes, además de conocer si al obtener cierto grado de empoderamiento en la organización, estas mujeres se sienten satisfechas con diversos aspectos de su trabajo.

Desarrollar un estudio en las Mipymes, se considera relevante debido a que son éstas las que ocupan una mayor participación en México, ya que se han llegado a posicionar como una parte fundamental para el desarrollo de la economía nacional, debido a que la gran mayoría de las empresas que operan actualmente se encuentran clasificadas dentro de este rango (INEGI, 2015). Estas empresas aportan 52 % del Producto Interno Bruto en el país y, a su vez, se han considerado como grandes generadoras de empleos debido a que 72 % de la población en México trabaja para las pequeñas y medianas empresas (ProMéxico, 2014).

En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8 % del empleo. Las pequeñas suman 174,800 y representan 15.3 % de empleabilidad; por su parte, las medianas llegan a 34,960 y generan 15.9 % del empleo, de acuerdo con la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa (SPYME, 2016).

Por su parte, el estado de Aguascalientes, según datos del Censo económico 2014 del INEGI, del total de las empresas que operan en el estado, 99.8 % se encuentra dentro de la clasificación de micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales aportan 69.4 % del empleo para los hidrocálidos.

Con base en estos datos se puede demostrar que ha existido un gran interés por parte del gobierno del estado y de la población para involucrarse de una manera profesional en la generación y desarrollo de sus propias empresas, brindando capacitaciones y apoyos económicos para el cumplimiento de sus objetivos. El papel de las mujeres ha sido muy importante en estas empresas ya que, según la presidenta de Mujeres Empresarias Mexicanas, A.C. (MEMAC), 40 % de las mujeres en el estado de Aguascalientes se encuentra participando dentro de las Mipymes.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) confía en que la participación de las mujeres en las empresas es muy importante para el desarrollo de las economías, es por esto que en el mes de julio de 2010 creó ONU Mujeres, como una entidad dedicada a trabajar por la igualdad de género y empoderamiento de la mujer, en donde una de sus principales funciones es brindar apoyo técnico y financiero a iniciativas tanto de las organizaciones gubernamentales como de la sociedad civil, siempre y cuando estén orientadas a mejorar la calidad de vida de las mujeres ya que existe evidencia que se muestra que la igualdad de género contribuye de manera importante al impulso de las economías y al desarrollo sostenible.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Con base en lo anterior se puede decir que al realizar un estudio en el que se logre determinar el nivel de empoderamiento económico que han logrado alcanzar las mujeres empresarias, las cuales se encuentran involucradas directamente con las pequeñas y medianas empresas turísticas dentro del estado de Aguascalientes, resultarán datos muy interesantes para todas aquellas entidades interesadas en Mipymes, en empresas turísticas y en el empoderamiento económico de la mujer.

Uno de los principales retos al que se enfrentan actualmente las Mipymes en América Latina es el tema del manejo del conocimiento y la información debido a que éste es considerado como un elemento central para la gestión empresarial y debe ser percibido como una estrategia de maniobra para sobrevivir en un mundo globalizado (Cubillo, 1997).

Con el presente estudio, en primer lugar, se extenderá la literatura relacionada con el empoderamiento organizacional; en segundo lugar, se analizará su relación con la gestión del conocimiento, creación de redes de colaboración y la satisfacción laboral, y en tercer lugar se realizará una aportación importante para las investigaciones de recursos humanos, ya que hasta el momento no se ha encontrado algún otro estudio en donde se haga esta relación con las variables presentadas anteriormente.

2.4. Objetivos de la investigación

Con base en lo anterior, se encuentra la necesidad de determinar la situación actual de las mujeres que laboran dentro de las empresas turísticas de Aguascalientes en cuanto a la gestión del conocimiento y la creación de redes sociales, determinar la influencia que ejercen estos dos factores en el incremento de empoderamiento organizacional, así como también establecer cuál es el impacto que se genera sobre la satisfacción laboral, de tal manera que esto permita generar una serie de recomendaciones que pudieran ser aplicadas por la industria turística del estado para mejorar los resultados dentro de las empresas.

Por tal motivo, se plantea una serie de objetivos para la presente investigación, los cuales son expresados a continuación.

Objetivo general: Determinar cuál es el impacto que ejercen el aprendizaje organizacional y las redes de colaboración en el desarrollo del empoderamiento y la satisfacción laboral en las mujeres que se desempeñan dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

A partir del objetivo general, surge una serie de objetivos específicos, que son los siguientes:

1. Determinar el impacto del aprendizaje organizacional de las mujeres que trabajan en las Mipymes turísticas de Aguascalientes sobre su empoderamiento organizacional.
2. Determinar el impacto de las redes de colaboración sobre el empoderamiento organizacional de las mujeres que trabajan en las Mipymes turísticas de Aguascalientes.
3. Determinar el impacto de las redes de colaboración sobre el aprendizaje organizacional de las mujeres que trabajan en las Mipymes turísticas.
4. Determinar el impacto del empoderamiento organizacional sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan en las Mipymes turísticas de Aguascalientes.

2.5. Preguntas de la investigación

A continuación, se plantean las preguntas de investigación, las cuales han sido determinadas a partir de los objetivos anteriormente propuestos:

¿De qué manera impacta el aprendizaje organizacional gestionado en las empresas sobre el desarrollo de empoderamiento organizacional en las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas de Aguascalientes?

¿De qué manera impacta la generación de redes de colaboración en el desarrollo del empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas de Aguascalientes?

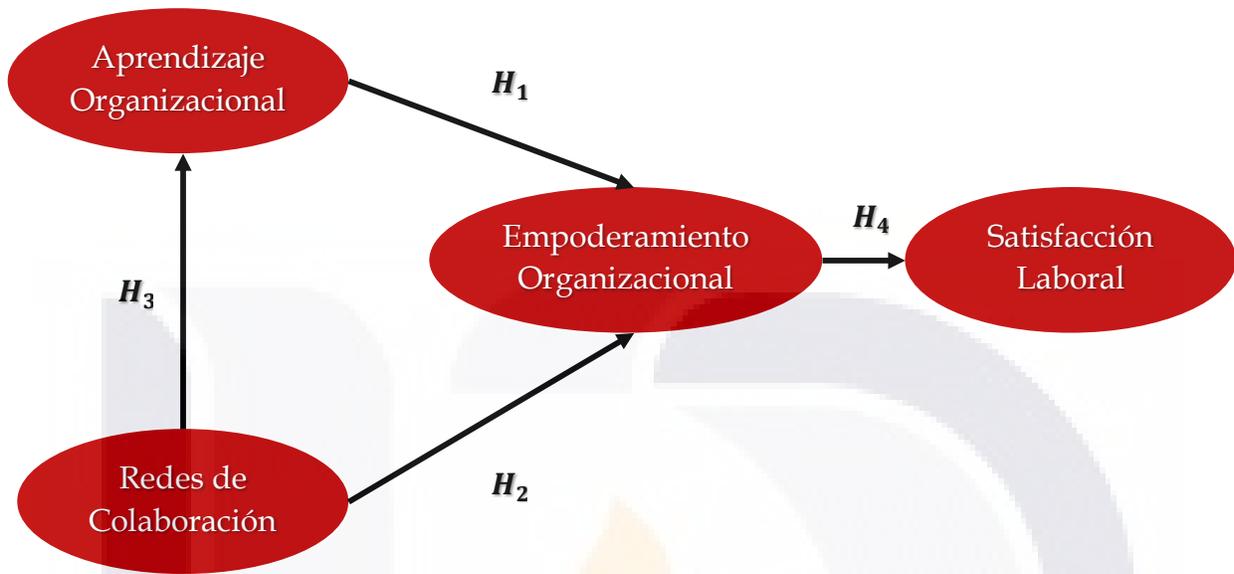
¿Cómo impacta la generación de redes de colaboración sobre el aprendizaje organizacional en las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas de Aguascalientes?

¿De qué manera impacta el empoderamiento organizacional sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas de Aguascalientes?

2.6. Modelo teórico

Ahora, dentro de los objetivos y las preguntas de la investigación, se presenta a continuación el modelo teórico creado para la presente investigación. En la Figura 1 se describe una relación entre el aprendizaje organizacional y el empoderamiento, las redes de colaboración sobre el empoderamiento y el aprendizaje organizacional, y por último una relación entre el empoderamiento y la satisfacción laboral.

Figura 19. Modelo teórico



Fuente: Elaboración propia.

La construcción del anterior modelo parte como primera instancia del constructo de empoderamiento de las mujeres visto como una problemática de carácter social detectada en 2012 por el Instituto Nacional de Mujeres (INMUJERES) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), mismos que lanzaron una convocatoria para la creación de un instrumento que permitiera la medición del empoderamiento de las mujeres. Todo esto con el fundamento de que existe una baja cantidad de acciones públicas sobre ciencia y tecnología en las que se toma en cuenta la igualdad de género.

Las mujeres juegan un papel central en los sectores económico y social, incrementando de esta manera su participación en el ámbito laboral en las empresas, donde se destaca el giro de la preparación de alimentos, sin embargo, se identifica un área de oportunidad para los gobiernos en la que las mujeres tengan acceso igualitario a los conocimientos y competencias que ofrecen la ciencia y la tecnología;

así como también en la evolución y la aplicación de los conocimientos. Y con ello se pueda desarrollar y difundir investigaciones que respondan por igual a las necesidades de los hombres y de las mujeres en México (INMUJERES-CONACYT, 2012).

Con base en lo anterior, se comienza a indagar en estudios sobre el conocimiento, el aprendizaje, el desarrollo de competencias y habilidades en los individuos y su relación con el empoderamiento de los mismos, identificando que potencializar el aprendizaje conlleva a promover o identificar el empoderamiento (Hasani y Sheikhesmaeili, 2016; Kazlauskaite *et al.*, 2009; Ng y Butts, 2009; Sohrabi *et al.*, 2013b). Las investigaciones encontradas sobre la relación entre el aprendizaje y el empoderamiento se han realizado en varias partes del mundo, no obstante, es importante resaltar que ninguna de ellas se ha enfocado en el estado de Aguascalientes.

Continuando con la visión del empoderamiento como eje central de la presente investigación, se analiza el instrumento para medir el empoderamiento de la mujer, propuesto por Hernández y García (2008). En éste se resalta la manera en la que las mujeres generan, mantienen y utilizan sus relaciones con personas importantes para ellas, tales como su familia, pareja, amigos y compañeros de trabajo, además de esto se consideró importante la relación que tienen con otras mujeres cercanas; al respecto, existen otros autores que han identificado esta relación (Daily *et al.*, 2012; Todd *et al.*, 2015).

Con la finalidad de darle una continuidad a las relaciones que se plantearon anteriormente entre los constructos de aprendizaje y redes de colaboración sobre el empoderamiento, se continúa revisando la literatura para identificar qué es lo que ocurre cuando se observa en las mujeres un cierto grado de empoderamiento. Es entonces cuando se identifica dentro de las investigaciones que la satisfacción es un elemento que se vincula con el empoderamiento, sin embargo, para autores como

Hernández y García (2008), al tener satisfacción se propicia o se incrementa el empoderamiento, y para otros esta relación es en dirección contraria, es decir, cuando se tiene empoderamiento se genera a su vez una satisfacción en los individuos (Kazlauskaite *et al.*, 2012; Kazlauskaite *et al.*, 2009; Laschinger y Finegan, 2005; Mendoza-Sierra *et al.*, 2014; Migneault *et al.*, 2009; Pelit *et al.*, 2011; Ping *et al.*, 2010; Thorlakson y Murray, 1996).

Es por esto que, tal como se observó en la Figura 1, para el modelo teórico propuesto en la presente investigación, se considera una relación positiva y significativa entre el aprendizaje organizacional y las redes de colaboración sobre el empoderamiento organizacional, así como de éste sobre la satisfacción laboral de las mujeres. A continuación se expone a detalle cada una de las hipótesis que surgen del modelo planteado.

2.7. Hipótesis de la investigación

Con base en el modelo teórico presentado para esta investigación, se genera una serie de hipótesis que explican las relaciones que se generan entre los constructos.

H₁: El aprendizaje organizacional tiene un efecto positivo y significativo en el empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

H₂: Las redes de colaboración tienen un efecto positivo y significativo en el empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

H₃: Las redes de colaboración tienen un efecto positivo y significativo en el aprendizaje organizacional.

H₄: El empoderamiento organizacional tiene un efecto significativo sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas de Aguascalientes.





CAPÍTULO II.
MARCO TEÓRICO

3. Capítulo II. Marco teórico

3.1. Empoderamiento

2.1.1. Conceptualización del empoderamiento

El término empoderamiento, según el *Oxford English Dictionary*, aparece por primera vez en algunos textos de la segunda mitad del siglo XVII (León, 1997), sin embargo, la palabra empoderamiento comienza a tener una participación en los años sesenta, a partir del trabajo de Paulo Freire, *Pedagogía del oprimido*, donde consideró a la educación como “la práctica de la libertad”. Posteriormente, el término se empezó a utilizar en los movimientos feministas y en la defensa de los derechos civiles de los afroamericanos en los Estados Unidos (Maza, 2008). En la actualidad, es un término que se utiliza en múltiples disciplinas, tal es el caso de la psicología, la antropología, la ciencia política y la economía. Debido a esto, se ha convertido en un constructo difícil de definir ya que se presta a un gran número de interpretaciones.

Dentro de este segundo capítulo, se expone un análisis del concepto empoderamiento para tener una mayor claridad de los elementos fundamentales que debe contener el constructo. Sin embargo, es importante mencionar que este concepto se comienza a estudiar en un nivel empresarial cuando se incorpora la Teoría de las Relaciones Humanas, fundada en 1930 por Elton Mayo y quien comienza su investigación en una industria textil que tenía una elevada rotación de personal. Mayo les otorga a los operarios descansos y les concedió el poder de decidir sobre sus propios horarios de producción. Poco tiempo después surge un espíritu de grupo, la producción aumenta y la rotación disminuye (Chiavenato, 2006).

Una de las definiciones más citadas es la de Ringer (1993), quien define al empoderamiento como un proceso para cambiar la manera en la que el poder es distribuido tanto en las relaciones interpersonales como en las instituciones de la sociedad (Riger, 1993). Otra definición interesante es la de Hashemi *et al.* (1996),

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

quienes han coincidido con Riger al identificar el empoderamiento como un “proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno; una evolución en la concientización de las mujeres sobre sí mismas, en su estatus y en su eficacia en las interacciones sociales” (Hashemi *et al.*, 1996). Para Narayan (2002), el empoderamiento es una expansión de libertad que le permite al individuo elegir y actuar por sí mismo.

Para la UNICEF (1994), el empoderamiento como desarrollo es más que un mayor acceso a los recursos y un mayor bienestar, sino que es un proceso por el cual se obtienen y mantienen estos beneficios. Por otra parte, la antropóloga social británica Kate Young (1993) hace una aportación interesante al término de empoderamiento cuando considera un “empoderamiento colectivo”, con el que indica que es necesario involucrar a las personas oprimidas en el proceso de toma de decisiones, para que así puedan identificar tanto sus necesidades como las limitaciones que tienen que afrontar.

Existen algunos autores como Batliwala (1994), León (1997), Wieringa y Kabeer (1997), Rowlands (1997), y Romano (2002), que han hecho un análisis de este concepto teniendo como principal elemento el “poder”, estos autores se han basado en la interpretación tripartida de Lukes (1974), en la cual se desglosa el poder en tres interpretaciones, mismas que se describen a continuación:

- El “poder sobre”. Éste se refiere a aquel poder de control que es ejercido por parte de un grupo social ya sea político, económico o cultural dominante sobre un grupo de marginados. Este tipo de poder es medible en el sentido de que unos tienen más y, por el contrario, el opuesto tiene menos poder.
- El “poder de”. Este tipo de poder se genera o se produce ya que se refiere a la toma de decisiones para nuevas acciones.

- TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS
- El “poder con”. Se le relaciona con la frase “la unión hace la fuerza”. Es una suma de los individuos para alcanzar el poder o la fuerza para resolver sus problemas o lograr el cumplimiento de sus metas juntos.

Existe otra interpretación interesante que aporta Rowlands (1997), en la que lo nombra como el “poder desde dentro”, que es el tipo de poder que tenemos los seres humanos dentro de nosotros, es la fuerza espiritual y la singularidad que reside en cada uno y que nos hace verdaderamente humanos. Su base es la auto aceptación y respeto de sí mismo que se extiende, a su vez, al respeto y la aceptación de los demás como iguales.

Como se ha mencionado anteriormente, el empoderamiento es un término que se utiliza en distintas áreas del conocimiento, y debido a que la presente investigación se enfoca al empoderamiento de las mujeres, es necesario citar la siguiente definición: “el empoderamiento de las mujeres se refiere a un mayor control de las mismas sobre su propia vida, su cuerpo y su entorno y ello pasa por diversos aspectos tales como libertad de movimiento y acción, injerencia en los procesos de toma de decisiones, acceso y control de recursos económicos, ausencia de violencia contra ellas, acceso a la información e igualdad jurídica” (Kishor, 2000; Oxaal y Sally, 1997) .

Debido a la gran diversidad de interpretaciones del concepto, se ha considerado crear una definición específica para este trabajo, la cual se basa en los componentes principales de las definiciones anteriormente mencionadas: “Se entiende por empoderamiento a aquel proceso por el cual se obtiene y se mantiene una expansión de los activos y capacidades de las mujeres para participar, negociar, controlar y tomar decisiones responsables que influyan directamente en su vida”.

2.1.2. Dimensiones del empoderamiento

Después de haber planteado una definición sobre el tema principal de esta investigación, a continuación se realizará un desglose del término empoderamiento, ya que se puede llegar a presentar en distintas dimensiones. Para la autora Schuler (1992) son dos características centrales las que contribuyen de forma importante al empoderamiento: una, es la participación dentro de los grupos de “solidaridad” y la otra son las nuevas oportunidades para ganar ingresos monetarios. Esta autora lo clasificó en estos dos tipos: empoderamiento social y empoderamiento económico.

Stromquist (1988) propone que para tener un completo análisis del empoderamiento se deben incluir cuatro componentes: cognitivo, psicológico, político y económico. Al estudiar un empoderamiento psicológico se refiere al desarrollo de sentimientos, como la autoestima, la confianza en sí mismo y un énfasis especial en que se puede lograr el éxito en un esfuerzo por cambiar, la autora indica que este elemento necesita ser reforzado con el recurso económico. El componente cognitivo se refiere a una comprensión por parte del individuo, de las condiciones y las causas por las que se encuentren en una situación de subordinación, así como sus causas a nivel micro y macro dentro de la sociedad. También menciona la importancia del empoderamiento económico y del político, los cuales serán analizados más adelante.

Existen distintas investigaciones sobre empoderamiento en las que se ha analizado desde distintas dimensiones, muestra de ello es la realizada en Colombia, en donde se estudia cómo un grupo de mujeres se empodera y forma una ONG con la finalidad de generar empoderamiento dentro de su comunidad. Dentro de este estudio se plantea que el empoderamiento se da en tres niveles: psicológico, organizacional y comunitario (Caicedo Muñoz y Solarte-Pazos, 2015).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Para efectos de este trabajo, se tomarán como dimensiones del empoderamiento los ámbitos social, político y económico, debido a que son las que más han sido consideradas en la literatura.

2.1.2.1. Empoderamiento social

El empoderamiento social se refiere a la adaptación del individuo con el medio que lo rodea, está orientado a la construcción de un sólido tejido social e institucional en el que se incluyen a las personas y a los grupos sociales dentro de las organizaciones. El empoderamiento social se considera la base de un empoderamiento económico y político, y tiene distintas implicaciones en diferentes espacios como lo son la familia, el trabajo y la educación (Crespo *et al.*, 2007).

Existen distintas condiciones de un empoderamiento social, las cuales pueden llegar a ser favorables para que exista una expansión del individuo en cuanto al incremento de sus conocimientos, así como para crecer económica y políticamente. Algunas de estas condiciones son afianzar los sistemas democráticos, crear organizaciones con mayor credibilidad, incremento en la capacidad de negociación y generación de alianzas.

Según (Maton, 2008), es necesario que se presenten condiciones dentro de la comunidad para que se genere un empoderamiento social como el sistema de creencias con base en un grupo, un ambiente que favorezca las relaciones, actividades centrales que desarrolle el grupo, una estructura en donde se brinden oportunidades para ejercer un rol, así como también liderazgo y cambio dentro del grupo.

Uno de los artículos encontrados sobre empoderamiento social que más se aproxima al tema de estudio de la presente tesis, es el que discute el papel que juegan las mujeres que trabajan dentro de fábricas en Malasia, éste se realiza con un enfoque hacia las relaciones sociales de Kabir. En él se observa cómo se producen las

desigualdades de género y se pide que los términos se modifiquen a favor de las mujeres con el objetivo de generar una sociedad más justa (Miles, 2016).

En un estudio realizado en la comunidad de Gualeguaychú, en Argentina, se realiza un análisis del empoderamiento social que generan los habitantes al defender causas medioambientales. La investigación se centra en tres aspectos que son: *a)* mecanismos de organización y movilización de los medioambientalistas, *b)* la apropiación social del conocimiento experto, y *c)* las estrategias de acción colectiva aceptada (Andrés y Wursten, 2012).

Se analiza también un estudio que aborda el área de la salud en donde se pretende empoderar de conocimientos sobre un tema en específico a una comunidad que enfrenta problemas del dengue. Es interesante observar el resultado que se obtiene ya que se basan en seguir un proceso de empoderamiento en el que, primero, se seleccionan a los líderes, después se capacita a los escolares y se finaliza con visitas a los demás miembros de la comunidad para informar de la problemática (Cáceres-Manrique, Angulo-Silva y Vesga-Gómez, 2010).

Se encuentra otro estudio sobre responsabilidad social en el que, al igual que el anterior, se sigue un proceso para empoderar a la comunidad. En éste se crea un programa de responsabilidad social, encargado de empoderar a mujeres estudiantes para que no sean víctimas del abuso del alcohol y violencia sexual. Se realiza este estudio en cuatro dimensiones al incorporar un empoderamiento psicológico, físico y social (Malnati *et al.*, 2016)

Como ya se ha mencionado, el empoderamiento ha sido estudiado en distintas áreas, entre ellas las ciencias sociales y, en específico, el derecho, la psicología y la educación. Stromquist (1991) realizó un estudio sobre las contribuciones del empoderamiento dentro del campo de la educación en donde se plantea la idea de que la alfabetización en los adultos ha sido diseñada para

impulsarlos a realizar actividades realmente emancipadoras, se considera a la educación como una herramienta de empoderamiento.

- **Empoderamiento económico**

Existen distintos autores que han marcado la importancia que tiene que el individuo se empodere económicamente, tal es el caso de Stromquist (2008), quien hace referencia al empoderamiento económico como una capacidad de los individuos para participar en algún tipo de actividad productiva que les ofrezca una independencia financiera y un mejor estatus.

Otra definición de empoderamiento económico es la que aporta Crespo *et al.* (2007), quienes lo definen como un proceso en el que se desarrollan e incrementan las oportunidades para que las personas mejoren su calidad de vida con el aumento de ingresos económicos.

En los últimos años, se han realizado diversos estudios sobre el empoderamiento económico en distintas áreas, tal es el caso del Banco Mundial en su Informe de Desarrollo 2000/2001, allí presenta el tema de la lucha contra la pobreza. Nos dice que ésta debe ser analizada en múltiples dimensiones, dándole una mayor importancia a incrementar el acceso que tienen los pobres a oportunidades, seguridad y empoderamiento.

El Banco Mundial (2002) menciona que al empoderar económicamente a los pobres, los países también obtendrán un crecimiento económico y una reducción de la pobreza. Por tal motivo se han identificado dos áreas prioritarias: la primera es crear un clima necesario para inversiones, empleo y crecimiento, y la segunda es empoderar a los pobres e invertir en sus activos.

El concepto de empoderamiento económico ha sido un tema que ya se ha estudiado anteriormente por varios autores en distintos espacios geográficos, tal es

el caso de las autoras Manzanera y Lizárraga (2013), quienes han hecho un estudio en Tanzania sobre acciones colectivas femeninas y empoderamiento económico. Lo que las autoras tratan de conocer es el proceso que las mujeres deben seguir para lograr tener o incrementar su poder económicamente hablando.

Para lograr identificar este proceso, las autoras realizan un estudio de tipo cualitativo, a través de un trabajo de campo etnográfico de larga duración (dos años). Obtuvieron como resultados que existe una desigualdad entre hombres y mujeres de esta comunidad, las mujeres perciben el matrimonio como una carga, ya que el marido participaba cada vez menos en el suministro de recursos económicos para el hogar y eran ellas quienes debían conseguir estos recursos.

En cuanto a la manera en cómo generan sus recursos, esta comunidad está dedicada casi en su totalidad a la agricultura y, según este estudio, las mujeres cuentan con una mayor carga de trabajo en estas actividades y una mayor preparación académica, y, a su vez, el recuso económico que se obtiene es compartido para el gasto familiar.

Una parte interesante de este estudio son las dificultades económicas y sociales para dedicarse a los cultivos comerciales que han tenido las mujeres de esta comunidad, algunas de ellas están haciéndole frente de forma colectiva, mediante la creación de asociaciones. Las mujeres han superado en gran medida sus dificultades económicas a través de aportaciones complementarias como tierra, semillas y productos fitosanitarios para hacer más rentables sus esfuerzos y reducir costes monetarios y de tiempo.

2.1.3. Importancia del empoderamiento económico

El Banco Mundial, en su Informe Mundial de Desarrollo 2000/2001, reconoce la importancia de empoderar económicamente a las personas con menos recursos, a partir de esto realiza diversas investigaciones para conocer el impacto que genera

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

en la sociedad. En una de ellas se identifica que existen tres canales clave para que el empoderamiento aumente la efectividad del desarrollo: el primero es el impacto que se genera en la buena gobernación, el segundo es el crecimiento de los grupos menos favorecidos, y el último es en los resultados de los proyectos de desarrollo.

Estos tres factores clave serán definidos con mayor detalle a continuación:

- a) Empoderamiento y efectividad del desarrollo: buena gobernación y crecimiento

En los últimos años se ha observado que para decir que existe una buena gobernación es necesario que se observe un crecimiento y desarrollo, por lo que la buena gobernación promueve el empoderamiento y éste mejora más la buena gobernación.

El Estado de derecho es uno de los principales fundamentos para una buena gobernación, ya que supone que al existir y aplicar sistemas judiciales imparciales y confiables favorecerá el clima para que exista la inversión económica y, por tanto, el crecimiento de los países (Dollar y Kraay, 2000). Por su parte, Kaufmann, Kraay y Zoido-Lobaton (1999) encontraron que existe una relación significativa y causal entre el Estado de derecho y el Ingreso de las Naciones. Todo esto se puede ver favorecido al incluir en el sistema de gobierno a los grupos comúnmente marginados y brindar información sobre el trabajo que se realiza a la sociedad.

Para la autora Narayan (2002), la corrupción es un síntoma y una causa de una mala gobernación, además de que afecta en el clima de inversión y la efectividad del desarrollo que repercute en los más pobres de la sociedad ya que, según estudios, son ellos quienes gastan más en sobornos que las personas ricas. Kaufmann (2000), en un estudio realizado con datos de 150 países, encontró que a mayor libertad civil, menor grado de corrupción.

Abordar el tema del empoderamiento de la mujer en este trabajo tiene una mayor relevancia, debido a que los trabajos que existen sobre ese tema, en su gran mayoría, están relacionados con las mujeres y los temas de equidad de género. Por lo tanto, al incrementar los derechos y la participación de la mujer se ha venido asociando un resultado; negocios y gobierno más limpios y por ende una mejor gobernación. Según la autora Narayan, donde la influencia de la mujer en la vida pública es mayor, el nivel de corrupción es más bajo; incluso cuando es comparado entre países iguales en cuanto a ingresos, libertades civiles, educación e instituciones legales.

También a un nivel micro, el hecho de que las mujeres participen dentro de las empresas tiene sus beneficios, pues es menos probable que paguen sobornos a funcionarios del gobierno, ya sea porque tienen estándares éticos más altos o por mayor aversión al riesgo. Un estudio realizado por el Banco Mundial (2001), donde se incluyeron a 350 empresas de Georgia, reveló que las empresas manejadas por hombres eran dos veces más dadas a pagar sobornos que las que eran manejadas por mujeres.

La importancia de la inclusión de las mujeres en aspectos económicos y, en específico del emprendimiento de nuevas empresas, es vital para el desarrollo del país, tal es el caso de una investigación realizada al norte de Tanzania que revela que al incrementarse la participación de las mujeres en la generación de recursos también se incrementaba su nivel de preparación académica y, a su vez, sus familias tenían una mejor calidad de vida, ya que las mujeres tienen una mayor preocupación por el bienestar de los hijos y, por lo tanto, invierten sus ingresos económicos en áreas como la salud, educación y alimentación.

- b) Empoderamiento y efectividad del desarrollo: hacer que el crecimiento favorezca a los pobres

Existe gran cantidad de literatura en distintas áreas de estudio en donde se comprueba que existe una estrecha relación entre el empoderamiento, el crecimiento y la reducción de la pobreza. Se ha demostrado que no sólo con que exista un crecimiento económico del país se reduce la pobreza ya que esto sucedería únicamente si la distribución de ingreso se hiciese más igualitaria.

Un aspecto crucial del empoderamiento es reducir la desigualdad a través del fomento e incremento de las capacidades humanas, mejorando así la distribución de los bienes tangibles. Cuando sucede lo contrario, que la gente no cuente con las suficientes capacidades y bienes económicos para crecer, tiene una mayor dificultad para aprovechar las oportunidades y, a su vez, esto limita el potencial de una sociedad para el crecimiento en general y la inclusión de los pobres.

c) **Empoderamiento y efectividad del desarrollo: evidencias a nivel proyecto**

En los puntos anteriores se abordó principalmente el tema de la relación que existe entre empoderamiento y efectividad del desarrollo. En esta parte se analizarán las evidencias a nivel de proyecto, que confirman el papel crucial del empoderamiento en términos de desarrollo.

A continuación, se observan en la Tabla 2 las áreas que pueden llegar a ser beneficiadas cuando existe un incremento en el nivel de empoderamiento, ya sea económico, político o social.

Tabla 14. Importancia del empoderamiento

El empoderamiento es clave para:
<ul style="list-style-type: none"> a) La buena gobernación. b) El crecimiento en favor de los pobres.

c) La efectividad de proyectos y mejor prestación de servicios.

Fuente: Narayan (2002).

2.1.4. Elementos de empoderamiento

Existen investigaciones que abordan organizaciones encargadas de empoderar a los grupos sociales, así como varios ejemplos de estrategias de empoderamiento que se han iniciado por el gobierno, la sociedad civil y el sector privado, tal es el caso de ONU Mujeres, a nivel internacional; The Women's Project, en México, y Fundación Mamá Cuca, en nuestro estado. Muchas de éstas han sido casos exitosos en los que realmente se observa un desarrollo y un incremento de poder en los individuos, permitiendo a las personas tener una verdadera libertad para elegir y actuar en distintos contextos.

Para lograr tener acceso a oportunidades de crecimiento y a generar ingresos propios, las mujeres primero deben percibirse como personas capaces y con derecho a tomar sus propias decisiones (Rowlands, 1995). Sin esta condición inicial con la que las mujeres puedan imaginar nuevas alternativas, los avances en los programas de apoyo serían limitados para una efectiva participación en la toma de decisiones (Oxaal y Baden, 1997).

Existen distintos autores que han considerado diversos elementos para poder verificar que realmente existe un cambio positivo en las personas que son empoderadas. A continuación, se observa la Tabla 3 en la que se incluyen los elementos y los autores que han realizado investigaciones sobre este tema:

Tabla 15. Elementos del empoderamiento

Autor	Elementos	
Grown (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer sus derechos. • Potencializar sus capacidades. • Acceso a recursos y oportunidades. • Tomar decisiones propias. • Realizar acciones estratégicas. 	
Schuler (1997)	<ul style="list-style-type: none"> • Sentido de seguridad y visión de futuro. • Capacidad de ganarse la vida. • Capacidad de actuar eficazmente en la esfera pública. • Mayor poder de decisión dentro del hogar. • Participación en grupos de solidaridad con recursos de información y apoyo. • Movilidad y visibilidad en la comunidad. 	
Oaxaal y Baden (1997)	<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos financieros, materiales, técnicos, humanos, tecnológicos. • Capacitación y educación. • Liderazgo. 	<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de procesos democráticos. • Diálogo. • Participación activa en diseño de políticas. • Técnicas de resolución de conflictos.

Fuente: Elaboración propia.

Lo que nos aportan los autores con estos elementos es que una persona que se encuentra realmente empoderada es aquella que, además de tener igualdad en las capacidades, tiene acceso a los recursos y oportunidades, para así ser capaz de tomar sus propias decisiones creando nuevas alternativas al resolver conflictos que se pudieran llegar a generar dentro de su entorno.

Sin embargo, Narayan (2002) se ha encargado de investigar detalladamente qué elementos comparten en común los casos de éxito al empoderar a una población y ha obtenido como resultado cuatro elementos principales:

- a) Acceso a la información.
- b) Inclusión y participación.
- c) Responsabilidad o rendición pública de cuentas.
- d) Capacidad de organización local.

A continuación, se explican más a detalle cada uno de estos elementos, sin embargo, es importante mencionar que aunque se analizan por separado, todos ellos se encuentran estrechamente entrelazados y actúan en sinergia.

a. Acceso a la información

Como ha mencionado David Hume, economista, filósofo, sociólogo e historiador escocés, “quien tiene el saber tiene el poder”. Aplicando esto al sector de la población, que se pretende empoderar económicamente, es necesario que los ciudadanos se encuentren bien informados y actualizados en los temas que pueden llegar a beneficiarlos, de manera que logren ejercer sus derechos, aprovechar oportunidades, negociar efectivamente y lograr proveerse de servicios a los que tienen derecho.

La gran mayoría de los proyectos de inversión y de proyectos de reforma institucional, sean a nivel comunitario, nacional o internacional, han subestimado la necesidad de información y se invierte muy poco en la revelación y difusión de la información (Narayan, 2002).

b. Inclusión y participación

La autora comienza haciendo una diferenciación entre inclusión y participación, por una parte, menciona que la inclusión se centra en la cuestión del “quién”: ¿A quién o a quienes se incluye? Por otra parte, la participación aborda la cuestión del “cómo” se les incluye y el papel que juegan una vez ya incluidos.

Fomentar la participación de grupos excluidos es un proceso complejo que implica recursos, vigilancia sostenida y experimentación. Existen distintas formas de participación a nivel local dependiendo el asunto: *a)* directa; *b)* representativa, mediante la selección de representantes de grupos y asociaciones; *c)* política, a través de representantes elegidos; o *d)* en términos de recolección de información, con datos agregados y reportados.

c. Responsabilidad o Rendición Pública de Cuentas

La responsabilidad se refiere a la capacidad de llamar a funcionarios estatales, empleados públicos, empleadores o proveedores de servicios privados a que rindan cuentas, lo que implica que ellos sean responsables de sus políticas, acciones y uso de fondos (Narayan, 2002). Entendiendo la corrupción como el abuso de cargos públicos para el beneficio privado, se encuentra que esto a quien afecta en mayor medida es a los grupos más vulnerables, ya que se encuentran con menores posibilidades de acceso a funcionarios y menores oportunidades para conseguir servicios como alternativa de mejora a su calidad de vida.

Existen tres mecanismos distintos de responsabilidad:

1. Políticos
2. Administrativos
3. Públicos

A su vez, existe una gran cantidad de herramientas para que se asegure una rendición de cuentas de las acciones y resultados públicos a los ciudadanos. El hecho

de que los grupos excluidos o marginados tengan un mayor acceso a la información favorece a la rendición de cuentas por parte de los gobernantes, ya que crea presión por una gobernación y una responsabilidad mejoradas. Tener acceso a la ley y a una justicia imparcial también es decisivo para proteger los derechos de los ciudadanos, en específico, el de los grupos marginados, y de esta manera se están habilitando para exigir una mayor responsabilidad ya sea de sus gobiernos o de instituciones del sector privado.

d. Capacidad de organización local

Desde tiempos remotos, los seres humanos nos hemos organizado en grupos para lograr la obtención de mejores resultados, ya sea para la obtención de bienes o para cuestiones de seguridad. La capacidad organizacional es la capacidad con la que cuentan las personas para trabajar unidas, organizarse y movilizar recursos para resolver problemas de intereses en común (Narayan, 2002).

Esta capacidad de organización local puede llegar a ser informal o formal. Es informal cuando se unen una o más personas para obtener un beneficio propio, se menciona el ejemplo de dos mujeres que se prestan dinero o alimentos para mejorar la calidad de vida de sus familias. Por otro lado, se puede considerar formal cuando se encuentren registradas o no legalmente, puede ser un club de vecinos, un grupo de agricultores o un grupo de estudiantes que se unen para lograr beneficios juntos.

A su vez, la autora menciona que cuando las comunidades se encuentran organizadas tienen una mayor posibilidad de que sean escuchadas a diferencia de las que no tienen ninguna organización. Si una comunidad cuenta con esta capacidad, se puede decir que cuenta con la clave para la efectividad de su desarrollo.

2.1.5. El empoderamiento desde un enfoque de género

Debido a la gran cantidad de literatura encontrada sobre el empoderamiento femenino, se ha considerado necesario generar un subtema en donde se aborda este tema bajo un enfoque de género, ya que dentro de los puntos analizados anteriormente se ha incluido una gran cantidad de estudios que fueron realizados bajo un enfoque de género, estudiando solamente al sector femenino.

Sin embargo, la inequidad de género es un tema que todavía no logra traducirse plenamente de la teoría de los programas sociales a su práctica e implantación, a pesar de que organismos internacionales como el Banco Mundial que establece que, si bien, a pesar de que hombres y mujeres comparten el peso de la pobreza, en muchas sociedades ellas son también sujetas de imposiciones y sometimientos sociales que limitan sus oportunidades de mejorar sus condiciones económicas y acceso a servicios públicos y bienes de consumo (Meza 2002).

Por otra parte, existen autores que aseguran que el papel de la mujer en temas laborales y económicos, no se ha visto favorecido. Tal es el caso de Boserup (1970), quien expresa su preocupación por la exclusión sistemática de las mujeres del Tercer Mundo. La autora señala que en todos los estudios sobre el desarrollo mostraban que éste no había mejorado la situación de las mujeres, sino que, por el contrario, precarizaba sus condiciones de vida.

El autor Lamas (1986) es un tanto más radical en su postura ya que menciona que, “aunque hay variantes dentro de los roles de género, se puede sostener una división básica que corresponde a la división sexual del trabajo más primitiva: las mujeres paren hijos, por lo tanto los cuidan”. En su investigación el autor limita socialmente a las mujeres en cuanto a sus capacidades de participación, justificando que se ocupan en las actividades domésticas y reproductivas.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Para los autores Sen (1998) y Mahmud (2003), el empoderamiento femenino se relaciona con la toma de decisiones y con un cambio desde la idea de mayor bienestar, exclusivamente hacia nociones que incluyen la elección y la agencia activa para mejorar la calidad de vida de las mujeres. Por su parte, Rowlands (1998) lo ha definido como un proceso de eliminación o reducción multidimensional de desigualdad e injusticia, a través del cual las mujeres defienden lo que es importante para ellas según sus propias experiencias y percepción de las situaciones. Cornwall (2007) lo define de una manera más sencilla: la capacidad femenina para actuar de manera independiente y elegir libremente.

Sin duda, este tema del empoderamiento de las mujeres ha sido bastante controversial, por lo que organismos de gran peso internacional como la ONU, que se han preocupado por realizar investigaciones sobre el tema, surgiendo así el enfoque Mujeres en el Desarrollo (MED) en el marco de la Década de la Mujer de Naciones Unidas (1976-1985). El objetivo era incluir a las mujeres en el desarrollo, entendiendo esto como el hecho de que ellas puedan cubrir sus necesidades por medio de programas específicos de ayuda.

Por otro lado, la incorporación de las mujeres rurales a la producción comercial ha estado presente como fórmula de empoderamiento femenino, durante el periodo colonial y poscolonial, al representar una de sus fuentes de ingresos principales. (Mbilinyi 1997; Mukaranga y Koda, 1997). A su vez, es importante considerar los procesos de toma de decisiones, negociación y manipulación necesarias para apropiarse y usar los recursos como aspectos que potencializan el empoderamiento económico de las mujeres.

Tal es el caso de un estudio realizado en la comunidad de Soni, Tanzania, en el que las autoras realizan un análisis del proceso de empoderamiento económico de las mujeres rurales, en el que se obtiene como resultado que para hacerse fuertes en áreas que comúnmente habían sido marginadas, las mujeres han realizado

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

acciones colectivas, ya que se asocian para lograr sus intereses estratégicos de género. El caso de Soni demuestra que las mujeres actúan colectivamente defendiendo sus intereses: el control sobre sus fuentes de ingresos en el curso del cambio de las acciones económicas a lo largo de la historia (Ruiz y Lizárraga, 2013).

No solamente se ha investigado el tema en comunidades rurales, muestra de esto es el estudio que realizan las autoras Rubio y Escofet (2013). Estudiaron el empoderamiento que tienen las mujeres en relación con el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en grupos de distintas edades. En este estudio se descubrió que las mujeres son competentes, autónomas y positivas en relación al uso de las TIC, mostrando una diferencia entre el nivel de empoderamiento de las mujeres con respecto a su edad, siendo las mujeres jóvenes y adolescentes las que muestran un mayor empoderamiento en el uso de las TIC y, por el contrario, las mujeres mayores las menos empoderadas.

En nuestro país también se han realizado investigaciones sobre este tema, tal es el caso de un estudio de caso realizado en Vista Hermosa, Chiapas, en donde se pretendía medir que tanto el Programa de Educación y Salud (Progresá) fomentaba en las mujeres el empoderamiento. Se tomó como base el modelo tridimensional de Rowlands y los rasgos que potencializan el empoderamiento.

En nuestro estado también se han realizado investigaciones sobre la incorporación de la mujer en el campo laboral, muestra de esto es una investigación que se realiza por parte del Instituto Aguascalentense de la Mujer en cooperación con investigadores de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. La investigación se titula "Empoderamiento de las mujeres. Una revisión de distintas formas de trabajo no asalariado". Tiene como principal objetivo conocer las formas en que las mujeres combaten la violencia económica.

2.1.6. Inclusión de la mujer dentro de la empresa

Estudios sugieren que las investigaciones sobre el empoderamiento de las mujeres y su relación con el trabajo remunerado son escasas y que, por lo tanto, es necesario avanzar en la comprensión de este tema y el efecto que tiene esta relación (Casique, 2004). Los estudios generados sobre las familias y la preocupación por el bienestar de las mismas se han incrementado notoriamente a partir de la década de los noventa, esto a causa de la creciente y significativa participación de las mujeres al mercado del trabajo en las últimas décadas (Casique, 2004).

En nuestro país se ha ido incorporando cada día más a las mujeres en actividades laborales ya que anteriormente no eran partícipes en éstas. A continuación, se describen cuatro etapas principales en las que poco a poco se han involucrado y se han otorgado apoyos para empoderar a las mujeres con la creación de programas estatales y federales.

La primera etapa comprende los años de 1950 a 1970, durante esta etapa han sido los primeros esfuerzos por parte del gobierno con la elaboración de planes en las regiones rurales, tal es el caso del Programa de Inversión Regional, el Programa de Integración de la Mujer, la Coordinación General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados.

Muestra de esto es el Enfoque Mujeres en Desarrollo (MED) que surge como respuesta para garantizar que las agencias de apoyo a las mujeres fueran neutrales. Se comienza a desarrollar a partir de los años setenta y consistía en lograr que la mujer se acercara al campo laboral, considerado como un recurso utilizado y que podía contribuir económicamente a la situación familiar o de pobreza. En este contexto la condición de las mujeres es una de las principales medidas que toman los países en vías de desarrollo, con estas reformas legales a corto plazo ofrecerían un apoyo a la mano de obra productiva, a los ingresos familiares y reducirían los niveles de pobreza; a largo plazo, las reformas legales permitirán incorporar a las

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

mujeres al campo laboral a través de políticas educativas y de salud que tendrían al cambio en los patrones tradicionales hacia las mujeres (Meza, en Ruiz, 2003).

La segunda etapa surge durante 1970 y el enfoque MED tenía como objetivo lograr que las mujeres se volvieran más productivas apoyando pequeños proyectos que pudieran generar un ingreso. Para esta década, el programa se consolidaba con éxito, en la medida en que las políticas económicas daban apertura a las mujeres para que pudieran insertarse en la sociedad industrial brindando los sistemas educativos (Ruiz, 2003). Sin embargo, el objetivo principal de este programa no se logró cumplir con éxito, debido a que se enfocó solamente al rol de la mujer dentro de las industrias, sin considerar su rol como mujer, descuidando aspectos de género.

La tercera etapa (1975-1985) es llamada “la década de la mujer”, en ésta se planteó cubrir las necesidades de género, es decir, cómo identificar la posición y condición de las mujeres respecto a los hombres. En esta etapa se origina el Enfoque de Género en Desarrollo (GED), el cual surge a partir de las diversas posturas del MED. Este enfoque toma fuerza principalmente en la década de los ochenta y tuvo como principal objetivo posicionar la adquisición de poder a las mujeres por medio de la autosuficiencia y confianza en sí mismas, con la finalidad de fortalecer su posición social, económica y política (Meza, 2002).

El GED sostiene que es necesario tomar en cuenta tanto los aspectos económicos y políticos como los personales en el análisis de las situaciones de las mujeres, así como aquellos que se refieren a las condiciones materiales y a las situaciones subjetivas de los individuos. A su vez, el GED establece que es necesario analizar la participación de las mujeres en el mundo público y su ubicación en las relaciones de poder y de autoridad en el ámbito familiar (Schmukler, 1994).

La cuarta y última etapa se considera a partir de la década de 1990 hasta nuestros días, en ésta se genera un cambio de enfoque que se traduce en acciones de

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

gobierno que pretenden brindar alternativas para salir de la pobreza. Un ejemplo de esto es el programa Oportunidades, a través de éste se otorgan apoyos para familias que se encuentran en situaciones económicas menos favorecidas, sin embargo, para acceder a estos recursos es necesario que las mujeres se involucren en dinámicas sociales para superar su pobreza, asistiendo a cursos de capacitación y revisiones médicas. Al cubrir estos requisitos no sólo se brinda apoyo financiero, sino que también contribuye a la superación personal de las mujeres empoderándolas a nivel individual.

2.1.7. Modelos del proceso de empoderamiento

Se han construido distintos modelos que buscan empoderar a las mujeres. Las dimensiones son más amplias porque se consideran las posibilidades para el control de los recursos, sean éstos económicos, financieros, humanos o de redes sociales; y representan formas para acceder a los bienes dentro y fuera de la familia (Meza, 2002).

A continuación, se describirán seis modelos de empoderamiento que han sido diseñados desde la teoría para identificar los pasos de empoderamiento femenino.

2.1.7.1. Modelo de la UNICEF

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), ha presentado un modelo bastante sencillo sobre el proceso de empoderamiento en el cual se establecen cinco niveles para la adquisición de poder (Tabla 4).

Los niveles que plantea este modelo están interconectados, sin embargo, no deben interpretarse como si se tratara de una estructura rígida. Este modelo hace muy poca referencia al desarrollo de estrategias y acciones de empoderamiento, por lo que su principal aportación es la definición del proceso de empoderamiento como “una serie de pasos que transita desde la cobertura de las necesidades básicas hasta los intereses estratégicos; es decir, el espacio privado al público” (UNICEF, 1997).

Tabla 16. Marco de igualdad y empoderamiento de las mujeres



Fuente: UNICEF (1997).

El primer nivel que se menciona en este modelo es el Bienestar, en éste se contemplan aspectos de bienestar material de las mujeres. El segundo nivel es el Acceso, que plantea disminuir la brecha de género en la que resulta un aprovechamiento de oportunidades desigual al de los hombres, este nivel se encuentra muy ligado al de concientización ya que al existir una desigualdad en el acceso a los recursos las mujeres comenzarán a analizar desde una perspectiva crítica a la sociedad en donde se desenvuelven. El nivel de Concientización se considera clave para cambiar el *status quo* de las relaciones de género.

Por último, se presentan los niveles de Participación y Control. El primero se caracteriza por buscar una participación activa de las mujeres dentro de su comunidad incrementado su rol protagónico como resultado de un mayor poder. Por último, el nivel de Control, éste no solamente se refiere al acceso a recursos productivos, sino su propiedad, de tal forma que exista una igualdad en el reparto de beneficios.

2.1.7.2. Modelo de López

Para López (2006), el empoderamiento es un proceso de individualización y de múltiples dimensiones, el cual ha sido retomado por el feminismo y se ha nutrido por propuestas de desarrollo comunitario. En el modelo realizado por el International NGO Training and Research Centre (INTRAC) -citado por López-, se identifican seis dimensiones (Figura 2) en las que se encuentran contenidos intereses de tipo psicológico, cultural, social, económico, organizacional y político, los cuales son puntos importantes para que las mujeres incrementen su visibilidad y autoestima, así como aumentar su autonomía y su capacidad para establecer sus propios objetivos.

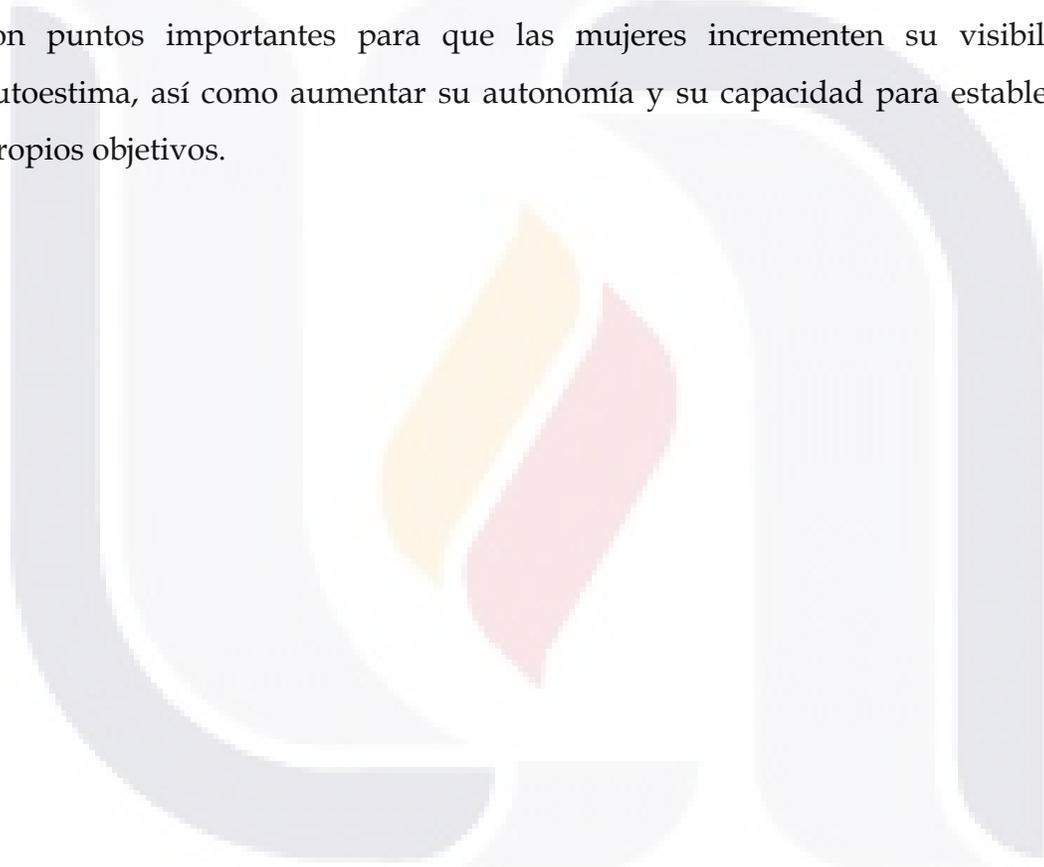
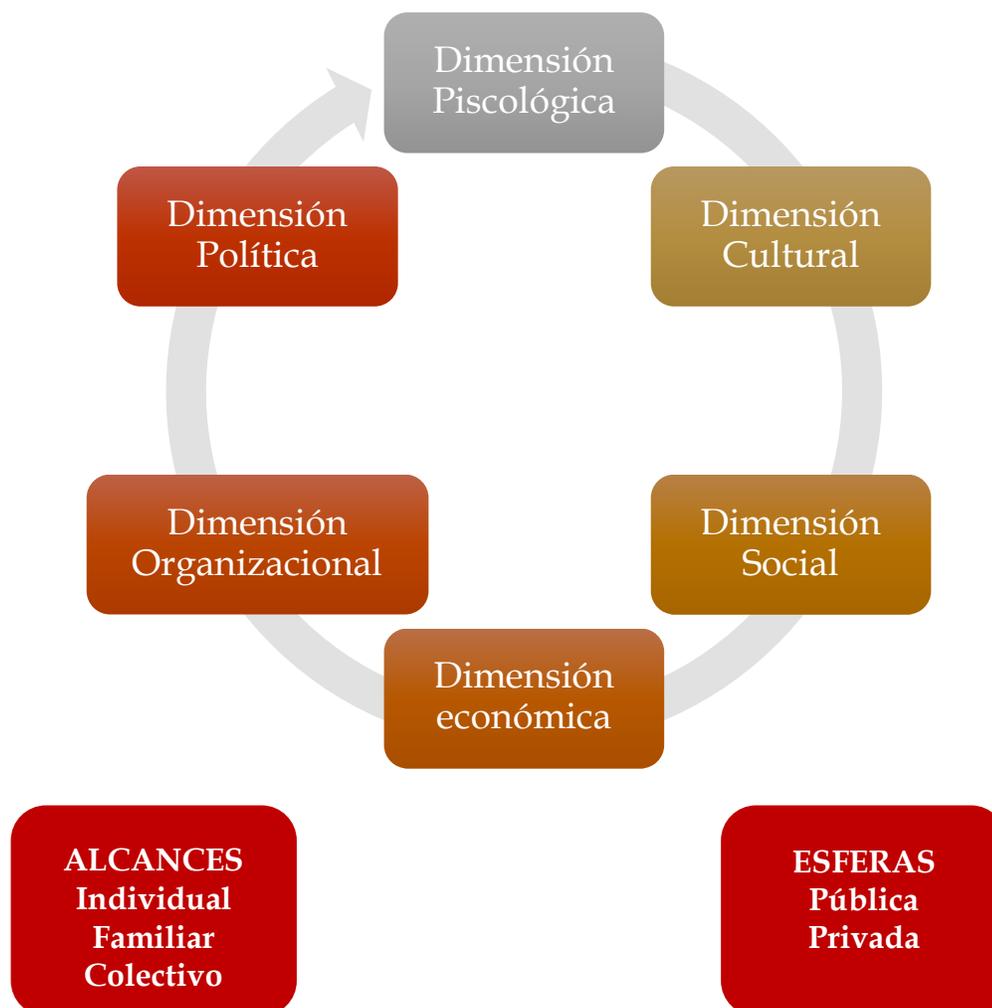


Figura 20. Modelo de empoderamiento INTRAC



Fuente: Adaptación con base en López (2006).

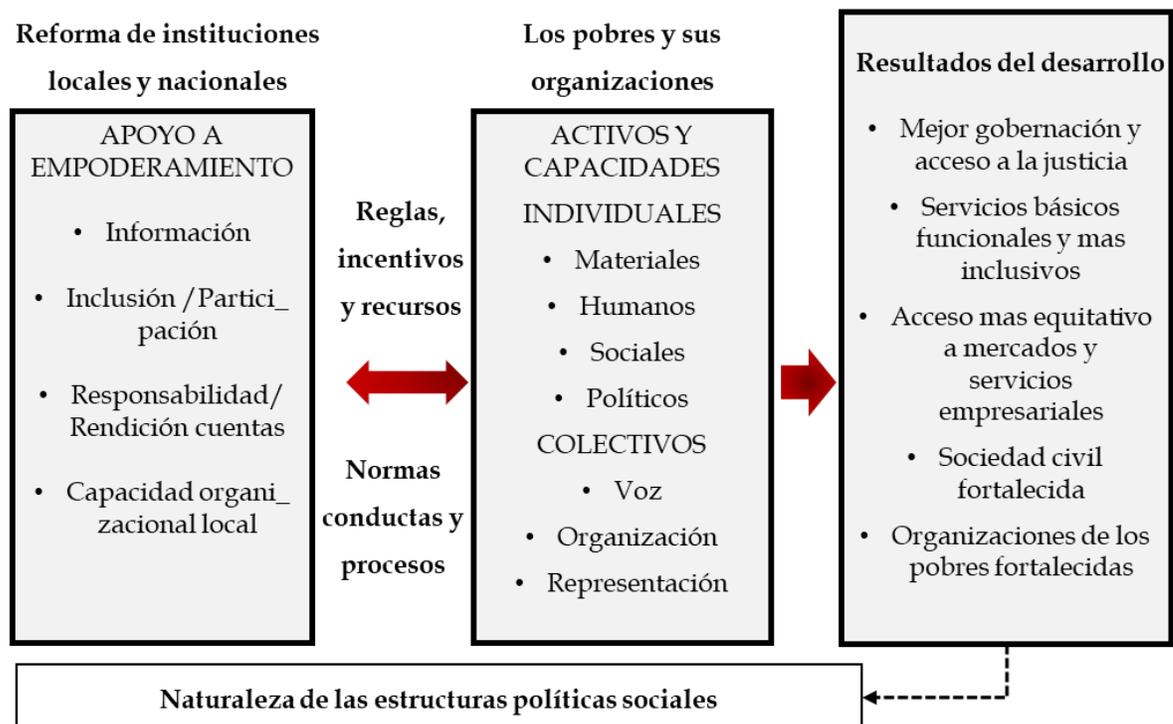
Dentro del modelo realizado por el INTRAC, se consideraron seis dimensiones del empoderamiento, las cuales se describen a detalle: dimensión psicológica del empoderamiento que incluye autoimagen e identidad, creación del espacio y adquisición de conocimientos; la segunda es la dimensión cultural del empoderamiento que incluye la redefinición de normas de género y recreación de prácticas culturales; la tercera dimensión es la social en la que se incluyen elementos de liderazgo en la comunidad, reivindicación de derechos, inclusión social y alfabetización; respecto a la dimensión económica del empoderamiento, se

consideraron elementos de seguridad en los ingresos, propiedad de medios de producción y habilidades empresariales; en cuanto a la dimensión organizacional, ésta se relaciona con la identidad colectiva y organizaciones representativas; y por último la dimensión política, la cual se refiere a la participación en instituciones locales, negociación con el poder político y el acceso al poder político.

2.1.7.3. Modelo de Narayan

Según Narayan (2002) no existe un modelo único para el empoderamiento, ya que lo que pueda llegar a ser posible y apropiado va a variar según el contexto donde se aplique. Sin embargo, la autora ha identificado las siguientes condiciones influyentes de primer orden, y se describen en la Figura 3.

Figura 21. Marco del empoderamiento



Fuente: Narayan (2002).

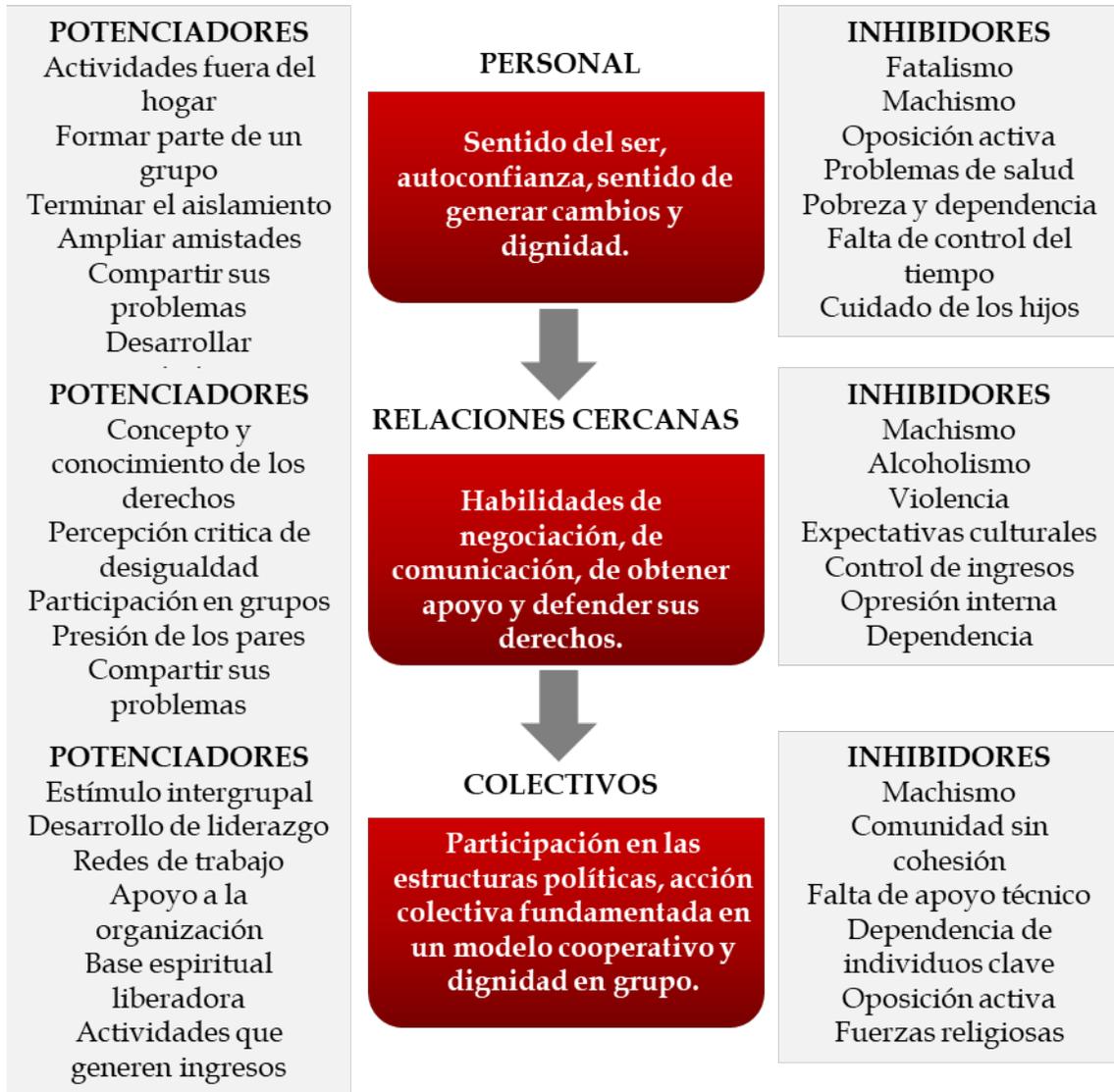
Dentro del modelo anterior, se muestra la relación existente entre las acciones que se realizan a favor del empoderamiento y los activos y capacidades con las que

cuenta cada individuo, considerando también elementos importantes que influyen de cierta manera en el proceso tales como las reglas, incentivos, recursos, normas y la misma naturaleza en sí de las estructuras políticas sociales.

2.1.7.4. Modelo de Rowlands

El modelo de Rowlands (1997) está construido a partir de tres dimensiones (Figura 4): la personal, que busca el desarrollo del sentido del ser, la confianza y la capacidad individual; la de relaciones cercanas, que es la habilidad para negociar la naturaleza de la relación y las decisiones que se tomen en su interior; y la colectiva, que es la participación de las mujeres en las estructuras políticas formales e informales.

Figura 22. Modelo de los tres niveles



Fuente: Rowlands (1997).

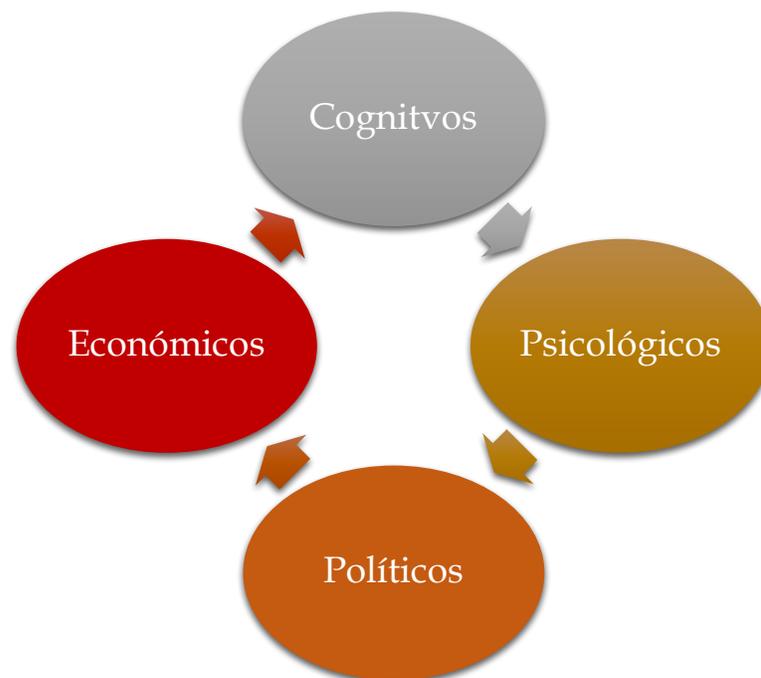
En el modelo anterior se puede visualizar claramente cómo el empoderamiento es segmentado en tres distintos niveles, comenzando con un nivel personal, en el cual se logra incrementar las habilidades para formular y expresar ideas y opiniones, para participar e influenciar en nuevos espacios, para aprender, analizar y actuar, entre otras habilidades más. Cuando se obtiene el empoderamiento a un segundo nivel, llamado de relaciones cercanas, se logra un

control sobre las circunstancias personales, respeto personal y de otros y la capacidad para tomar decisiones propias. Por último, se llega al empoderamiento colectivo en el que se incrementan las habilidades para negociar con otras organizaciones, para generar recursos externos, para responder a eventos externos al grupo, para reunir e iniciar redes de colaboración en la organización (Rowlands, 1997)

2.1.7.5. Otros modelos relevantes

- a) Por su parte, Stromquist (1993) propone un modelo integrado (Figura 5) por cuatro componentes: los cognitivos, que indican la comprensión de la subordinación de la mujer; los psicológicos, que buscan el desarrollo de la confianza y la autoestima; los económicos, que están constituidos por el acceso al empleo que les permita obtener independencia financiera; por último, los políticos, como mecanismos para organizar los cambios sociales.

Figura 23. Modelo de Stromquist



Fuente: Stromquist (1993).

Dentro de este modelo, el componente que se considera de mayor relevancia para el presente estudio es el económico, en el cual se requiere que las mujeres sean capaces de participar en una actividad productiva que le permita adquirir un cierto grado de autonomía financiera, sin importar lo pequeño o difícil que pudiera llegar a ser en un principio.

- b) Otro modelo es el propuesto por Batliwala (1994), que explica que la superación de la pobreza en las mujeres está determinada por sus debilidades. Se necesita un modelo integrado que incida en mejorar las condiciones de vida de las mujeres en cuanto al acceso a recursos, mayor nivel de estudios y una mejor calidad en los servicios de salud (Figura 6).

Figura 24. Modelo de Batliwala



Fuente: Batliwala (1994).

Algo muy importante de este modelo es que también se identifica la vulnerabilidad económica, por lo que su desarrollo económico tiene un impacto positivo en la vida diaria de las mujeres, ya que les permite controlar parte de los gastos del hogar, es decir, la participación económica de la mujer en el mercado laboral ha contribuido de manera fundamental para desencadenar los otros procesos de empoderamiento.

- c) Por último, se presenta el modelo a partir de Charmes y Wieringa (2003), el cual está compuesto por dos etapas: la primera es la identificación de las áreas de empoderamiento y la segunda es el proceso a través del cual las mujeres se hacen conscientes de su desigualdad, identifican alternativas y desarrollan estrategias para mejorar su situación (Díaz, 2012). Se propone utilizar como herramienta una matriz diseñada por Wieringa (1999), la cual se denomina Matriz de Empoderamiento Femenino (WEM), la cual consta de seis componentes en donde se representan las limitaciones de las mujeres en los campos de actuación (física, sociocultural, religiosa, política, legal y económica). Cabe mencionar que estas limitantes pueden, a su vez, interactuar entre sí. En la Matriz (Figura 7) también se representan seis niveles de subordinación que van desde lo personal a lo global.

Figura 25. Matriz de empoderamiento femenino (WEM)

	Física	Sociocultural	Religiosa	Política	Legal
Individual					
Hogar					
Comunidad					
Estado					
Región					
Global					

Fuente: Charmes y Wieringa (2003).

Por último, hay un proceso de empoderamiento (Figura 8) en donde es necesario la generación de alternativas, adquirir la capacidad de imaginar las cosas de manera distinta, en donde las mujeres busquen una posición de seguridad en todos los ámbitos (personal, económico, material, social).

Figura 26. Proceso de tres etapas del empoderamiento



Fuente: Díaz (2012) a partir de Charmes y Wieringa (2003).

Con base en los modelos anteriores, se puede concluir, en primera instancia, que para que se genere el empoderamiento se debe incrementar el acceso a los recursos, así como a la información, lo que genera, a su vez, aprendizaje de los individuos y que las relaciones cercanas son fundamentales para acrecentar el empoderamiento.

También se concluye que el empoderamiento se puede dar a distintos niveles tales como el empoderamiento individual y grupal, pero para efectos de la presente tesis se analizará a un nivel individual ya que se estará midiendo la respuesta de cada una de las mujeres. Además de este nivel, el empoderamiento se puede dar también bajo un aspecto cognitivo, psicológico, económico, político y organizacional. Así que el empoderamiento que se medirá en la investigación es el

que se origina dentro de las empresas, por lo que a continuación se aborda este tema con un mayor grado de profundidad.

2.1.8. Empoderamiento organizacional

El empoderamiento, como ya se ha mencionado, ha sido un tema estudiado en distintas áreas y el término ha sido cada vez más utilizado en la literatura popular. Al hablar de empoderamiento organizacional se hace referencia a la capacitación como concesión de autoridad laboral, la toma de decisiones y el poder para los empleados (Griggspall, 2003). Este tipo de empoderamiento ha sido definido como el proceso en el que se incluyen cambios positivos en las personas, los cuales pueden manifestarse en aprendizaje de nuevas habilidades, mayor participación, incursión e influencia dentro de nuevos espacios, aprender a analizar, expresarse, obtener y administrar recursos (Subiñas, 2009).

El estudio del empoderamiento dentro del lugar de trabajo es un tema que tiene sus orígenes en las décadas de los cincuenta y los sesenta (Thorlakson, 1996), y ha sido un tema que durante los últimos años su estudio se ha venido incrementado.

Después de una revisión de la literatura, se puede observar que a partir de un estudio realizado por Spreitzer (1995), comienzan a surgir diversas investigaciones sobre el tema. Dentro de este estudio, el autor desarrolla un análisis multidimensional del empoderamiento psicológico dentro del lugar de trabajo, para lo cual se consideraron cuatro elementos básicos: sentido del trabajo, competencia, autodeterminación e impacto. Dentro de este trabajo se realizaron análisis factoriales confirmatorios de segundo orden en dos muestras distintas para demostrar la existencia de una validez convergente y discriminante de las dimensiones planteadas en la evaluación del empoderamiento.

Años después, surge un estudio realizado en Australia en donde se replica la escala creada por Spreitzer, se toma el modelo multidimensional, el cual es aplicado

a una muestra de 1,095 empleados de hospitales públicos, mismo que evidencia que realmente las cuatro dimensiones del autor son relevantes, sin embargo, los resultados no apoyan el argumento de Spreitzer para un factor de segundo orden, ya que los resultados sugieren que las dimensiones serían mejor tratadas como cuatro factores de primer orden, en lugar de un único constructo de un solo orden.

La aportación de Spreitzer al generar una escala que mida el empoderamiento psicológico en el lugar de trabajo ha sido la base para una gran cantidad de estudios sobre el tema. Por ejemplo, existe un estudio en el cual se adapta esta escala al español y se comprueba la validez y fiabilidad, aplicando el instrumento a 272 profesionales de la enfermería en los hospitales públicos de la provincia de Sevilla. Los datos se sometieron a un análisis factorial confirmatorio y el valor de los factores manifestó la necesidad de crear un nuevo modelo, eliminando un elemento. El modelo de 11 ítems se demostró poseer una adecuada validez de constructo y consistencia interna. Los resultados confirman la estructura original, de cuatro factores obtenidos por Spreitzer, considerando la eliminación del ítem 10 se comprueba la validez de la utilización de la versión española de esta escala en el lugar de trabajo. Las investigaciones futuras deberían investigar exhaustivamente su validez de constructo, y probar la red nomológica de la construcción operacionalizado en el campo de bienestar psicológico y en el contexto del lugar de trabajo (Albar, 2012).

También, se encuentran estudios empíricos sobre el tema de empoderamiento en el lugar de trabajo, en donde se evalúa el efecto que tiene empoderar a los empleados con elementos referentes al poder, las funciones directivas, los estilos de liderazgo y la motivación de los empleados. Se obtiene como resultado de esta investigación que no hay una influencia positiva de empoderarlos y se cree que la naturaleza disruptiva de redimensionamiento de las empresas que se produjo

durante la introducción del empoderamiento pudo haber anulado el efecto (Thorlakson, 1996).

Existe otro estudio empírico en donde se utiliza el empoderamiento como estrategia para construir la confianza y el respeto en el lugar de trabajo, se evalúan los efectos que tiene el empoderamiento de los empleados en la percepción de justicia organizacional, el respeto y la confianza en la gestión. Los autores plantean la hipótesis de que la satisfacción laboral y el compromiso de la organización, en última instancia, se benefician de los esfuerzos para mejorar la percepción de la capacitación de los empleados (Laschinger, 2005).

También se encuentran estudios teóricos sobre el tema, como el que realiza Harley, B. (1999), en Australia, en donde se pretende comprobar que la manera de administrar los recursos humanos está revolucionando las estructuras tradicionales y devolviendo el control a los empleados. En el artículo se menciona la importancia de la capacitación, el trabajo en equipo y los comités de consulta como influencia en el empoderamiento de los empleados. Como resultados se encuentra que no existe relación entre el empoderamiento y la autonomía de los empleados, y se observa una clara relación entre las posiciones de los empleados dentro de las jerarquías profesionales y su nivel de control sobre el trabajo. Se concluye que el empoderamiento no incrementa la autonomía ya que la organización reside principalmente en las estructuras organizativas.

Se ha encontrado que la satisfacción laboral es una variable que se ha estudiado en distintos contextos como consecuencia del empoderamiento personal, Morandi investiga la relación entre empoderamiento, relaciones interpersonales y el bienestar en el lugar de trabajo en un pueblo de la Toscana. Se utiliza como instrumento de medición la escala de empoderamiento de Zimmerman y Rappaport (2000), aplicando el cuestionario a 88 trabajadores de distintas empresas, encontrando como resultados una correlación positiva entre empoderamiento y el

nivel de satisfacción en todas las relaciones sociales y, en específico, en relaciones con sus colegas. Los resultados indican que la percepción de las relaciones positivas entre los empleados, los altos niveles de satisfacción sobre el contexto relacional y las actividades sociales pueden ser relevantes en la construcción de las intervenciones para promover el bienestar en el lugar de trabajo (Morandi, 2009).

En otro estudio realizado años después, se plantea una relación entre los tipos de liderazgo, el empoderamiento en el lugar de trabajo y la satisfacción laboral. El estudio se aplica a un grupo de enfermeras de un hospital y se obtiene como resultado que un liderazgo positivo y de apoyo puede disminuir la mortalidad de los pacientes y mejorar la satisfacción laboral de las enfermeras, el compromiso con la organización, el agotamiento emocional y la intención de permanecer en su puesto. Los resultados proporcionan también un apoyo empírico hacia el liderazgo positivo y hacia una nueva teoría de los enfoques de liderazgo de relación centrada (Laschinguer, 2014).

2.1.9. Medición del empoderamiento

Para lograr una medición precisa del empoderamiento de las mujeres es necesario identificar algunos indicadores sobre el tema, ya que estos pretenden evaluar las diferencias de género en cuanto al control sobre bienes materiales, recursos intelectuales e ideología. Después de haber realizado una revisión de la literatura, se ha encontrado una gran diversidad en su medición dado a la naturaleza del constructo empoderamiento. Las investigaciones se han centrado en dos aspectos, una de ellas utiliza la metodología cualitativa o no cuantificable y la otra cuantitativa.

En cuanto a la manera de evaluar cualitativamente el nivel de empoderamiento, el autor Freerman (2004) ha realizado un estudio en el que ayuda a las comunidades a monitorear y evaluar su propio desempeño, el cual se ha

utilizado también para ayudar a los grupos a alcanzar metas analizando sus características con base en la observación y su experiencia.

Para Foucault (1979), el estudio del empoderamiento tiene que ser analizado como algo que no funciona sino en cadena. No está nunca localizado aquí o allá, no está nunca en manos de algunos. El poder funciona, se ejercita a través de una organización reticular. Dentro de sus redes circulan los individuos quienes están siempre en situaciones de sufrir o ejercitar ese poder, no son nunca el blanco sin movimiento alguno o consistente del poder ni son siempre los elementos de conexión. El poder transita transversalmente, no está quieto dentro de los individuos.

Para la manera cualitativa, se destaca el interés por establecer las diferencias que existen entre hombres y mujeres en relación con distintas dimensiones, mientras que para los cuantitativos se centran en evaluar los efectos de programas específicos orientados a empoderar en algún ámbito. Para efectos de este trabajo, se pretende utilizar un tipo de enfoque cuantitativo, ya que lo que se pretende medir es el nivel de empoderamiento de las mujeres.

Con base en lo anterior, se hará un análisis más extenso en los indicadores cualitativos, los cuales son mediciones de hechos y datos concretos, “objetivos verificables”, ya que indican, por ejemplo, el número de mujeres que están involucradas directamente en puestos directivos en alguna empresa del sector turístico, las relaciones de trabajo que han formado las empresarias, el nivel de estudios con el que cuentan, etcétera.

Para Narayan (2002), existen algunas variables que se asocian con el empoderamiento: la fuerza personal, el control, poder personal, elección propia, vida digna, capacidad de luchar por los derechos propios, independencia, toma de decisiones propias, ser libre, entre otras. En un amplio sentido, el empoderamiento

es la expansión de la libertad de elección y acción; por lo tanto, para el tema que se va a investigar en la presente tesis esto es importante ya que se refiere a incrementar la propia autoridad y control sobre los recursos y las decisiones que afectan la propia vida y aplicado al tema, afectan a la empresa y las actividades de los subordinados a cargo de las mujeres.

El empoderamiento es un proceso de obtención de poder para lograr acciones, adquiriendo bienes y tomando decisiones. La ONU creó el Plan de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), éste propone que la potenciación de género debe incluir cuatro dimensiones específicas:

1. Dentro de ésta se formula que para que exista una potenciación, las mujeres deben adquirir el conocimiento y la comprensión de las relaciones de género y los modos en que estas relaciones pueden modificarse (PNUD, 2006).
2. Se debe desarrollar un sentido de confianza y de autoestima para que la mujer esté segura de tener la capacidad de cambiar la situación y de controlar su propia vida.
3. Se habla acerca de los cambios que una o varias mujeres logran dentro de su hogar y tienen implicaciones en otros ámbitos. En esta parte surge que la mujer se empodere económicamente participando en la generación de empresas o como trabajadora en una de ellas.
4. Por último, el empoderamiento permite obtener la capacidad de negociar. La mujer negocia dentro de un ámbito público o privado para generar nuevas y mejores opciones en su vida.

Según el PNUD (2006), el empoderamiento de las mujeres se puede lograr de dos maneras: la primera, a nivel personal, a través del examen crítico de sus vidas y la colectiva; de manera que el empoderamiento es un proceso que se da en espacios microsociales y macrosociales.

Según las autoras Aguado y Escofet (2013), los indicadores han servido de base para el desarrollo de índices, entre los que destacan el Índice de Desarrollo Relativo de Género (IDG), el Índice de Potenciación de Género (IPG) y el Índice de Empoderamiento de Género (GEM), desarrollados por el PNUD en 1995. El IDG es una medida que refleja el Índice de Desarrollo Humano (IDH) por género, en relación con tres dimensiones: expectativa de vida, educación e ingreso. El IPG pretende medir la representación femenina relativa en el poder económico y político. El GEM examina la posibilidad de participación activa de hombres y mujeres en la vida económica, política y social mediante el acceso a los procesos de decisión.

Existen investigaciones que han considerado un tipo de metodología mixta, tal es el caso de un estudio que se realiza en Chiapas, en donde se pretende realizar una distinción y un análisis de las acciones realizadas por un programa creado para empoderar a las mujeres. Sin embargo, se le da prioridad a la metodología cualitativa, ya que según los autores darle voz a la beneficiarias del programa permitirá comprender mejor los procesos, conductas y condiciones de las mujeres frente a las acciones del programa (Meza, 2002).

Otro estudio realizado en México con comunidades marginadas construye una escala para medir agencia personal y empoderamiento. El concepto de agencia personal se ha definido como una manera de explicar aspectos del funcionamiento humano autónomo (Pick *et al.*, 2007). La Escala de Agencia Personal y Empoderamiento (ESAGE) plantea que debe haber una diferenciación entre estos dos conceptos ya que la agencia personal, según los autores, debe repercutir internamente en el individuo, y en cuanto a la escala de empoderamiento, genera un impacto en el exterior. Sin embargo, la literatura científica no ha demostrado tal diferenciación y, por el contrario, se ha encontrado que el componente intrapersonal

del empoderamiento se integra por variables que impactan internamente o externamente al individuo (Speer, Peterson, Armstead y Allen, 2013).

Después de haber realizado un análisis sobre la medición del empoderamiento, surge un reto para la presente investigación: determinar de qué manera se realizará la medición del empoderamiento de las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

Para este efecto, se tomará como base una escala elaborada por Matthews (2003) y adaptada al español por Mendoza *et al.* (2009), la cual se aplicó y se validó estadísticamente en un estudio realizado en Andalucía con 302 trabajadores de 20 hoteles. Esta escala consta de 19 ítems agrupados en tres dimensiones: estructura dinámica (7 ítems), control de las decisiones (7 ítems) y fluidez de la información con (5 ítems), para medir las respuestas de cada ítem se utiliza una escala tipo Likert de 1 a 5 en donde el 1=Total desacuerdo, 2=Algo en desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=Algo de acuerdo y 5=Total acuerdo.

3.2. El aprendizaje organizacional dentro de la gestión del conocimiento

El estudio del conocimiento ha sido un tema que se ha practicado desde la antigüedad, cuando los filósofos comenzaron a tratar este concepto desde el inicio de la filosofía en Grecia, el conocimiento ha marcado el desarrollo de la humanidad, y actualmente se ha convertido en uno de los temas que más han influido en la gestión empresarial de los últimos años (Canals, 2013), ya que el conocimiento es considerado como uno de los recursos intangibles más valorados y apreciados por las empresas (Maldonado, Martínez y Ramírez, 2012).

A principios del siglo XXI, se reconoció la necesidad de entender y medir la actividad de gestión de conocimientos para las organizaciones y que sus sistemas puedan mejorar lo que hacen, al mismo tiempo que las administraciones desarrollen políticas que promuevan estos beneficios (OCDE, 2003). Durante la última década,

ha tomado auge dentro del campo de la Dirección de Empresas y aunque el concepto de “conocimiento” se ha estado trabajando desde hace algunos años atrás, no se había estudiado de una manera tan específica como con el constructo de gestión del conocimiento (Palacios, 2006). Sin embargo, el conocimiento es muchas veces visto como un concepto amplio y abstracto, cuya definición ha sido objeto de debate desde tiempos remotos, y para algunos autores es visto como una fuente de ventajas para la organización (Simanca, Montoya y Bernal, 2016).

Al hablar de gestión de conocimiento es importante mencionar que el capital humano es el activo más valioso dentro de la organización, ya que es visto como una fuente de creatividad y, por su parte, los conocimientos implícitos de los empleados son uno de los elementos más importantes que afectan el rendimiento en el trabajo de la empresa (Bozbura, 2007).

Otros autores (T. J. A. Vargas, 2014) han abordado la gestión del conocimiento como una estrategia que se debe seguir para desarrollar el potencial humano en las organizaciones. El autor Vargas plantea seis estrategias para ampliar este potencial, las cuales son el respeto esencial a la persona, enfoque a resultados, reconocer y fomentar el desempeño excelente, distinguir entre destrezas, conocimientos y talentos, por último, implementar la gestión del conocimiento. El autor detecta un evidente cambio en la forma de trabajar de las organizaciones, ya que en la antigüedad se le daba una mayor importancia al trabajo manual, es decir el que realizan los trabajadores con la realización de tareas rutinarias y mecánicas con una mínima participación de la iniciativa y creatividad del individuo. En cambio, en la actualidad ha surgido un auge dentro de las organizaciones que llaman el “trabajador del conocimiento”, se refiere a los trabajadores que tienen un valor dentro de la empresa por lo que saben y no por lo que hacen.

En la actualidad, la tendencia de la dirección estratégica incluye aspectos de la gestión de la información y la gestión del conocimiento como ejes fundamentales

para la toma de decisiones y la formulación estratégica, esto para evitar que los gerentes tomen decisiones en un ambiente de información incompleta ya que esta limitante se presenta cuando hay carencia en la capacidad de los decisores para gestionar el conocimiento interno y externo, así como la presión que ejerce la gestión operativa (Batista, Velázquez, Díaz y Ronda, 2015).

Existen diversos autores que apoyan la idea en la que el tema de la gestión del conocimiento ha generado un mayor interés en los empresarios y los administradores de las empresas, ya que lo han adoptado como un importante instrumento de apoyo para el éxito de la organización, y es por esto que han asignado recursos para potencializar las competencias intelectuales y así dejar atrás la creencia de que el éxito estaba sólo en la mano de obra (Martínez, García y Maldonado, 2010).

Por otra parte, se ha encontrado que las investigaciones sobre este tema se han incrementado de una forma muy evidente, debido a que las empresas han mostrado más interés en que sus empleados sean personas con un mayor conocimiento en su área y así tener mejores resultados. Sin embargo, se ha encontrado una débil producción científica de artículos que contribuyen a explicar la gestión del conocimiento en la industria del turismo, así como también estudios enfocados en el tema de las mujeres, es por esto que con la presente investigación se pretende incrementar la literatura del tema.

A continuación, se plantea un análisis teórico sobre el tema de la gestión del conocimiento, sus principales modelos y metodologías con las que se ha venido estudiado, para con base en ello seleccionar un método adecuado para la presente investigación.

2.2.1. Conceptualización de la gestión del conocimiento

Antes de abordar el tema de gestión de conocimiento, es importante hablar sobre el conocimiento. Para la Real Academia Española (2016), el conocimiento es definido como la acción o el efecto de conocer, el entendimiento, inteligencia o razón natural.

El conocimiento es abordado desde la filosofía como una conducta teórica llamada teoría del conocimiento, y se divide en cinco diferentes tipos: el primero es el dogmatismo en el cual el conocimiento no es un problema ya que los objetos son captados directamente; el siguiente es el escepticismo, donde el conocimiento no es posible, ya que el sujeto no puede aprehender al objeto; luego el relativismo, que se refiere a que el conocimiento es relativo al contexto cultural; después el pragmatismo, en el cual el conocimiento sólo tiene sentido en un contexto práctico, y, por último, el criticismo, donde se pone la confianza en el conocimiento humano en general y a su vez la desconfianza hacia todo conocimiento determinado (Hassen y Romero 1970).

El conocimiento tiene como origen cuatro principales corrientes: la primera es el racionalismo propuesto por Platón, quien sostiene que el pensamiento y la razón son las fuentes principales del conocimiento humano; la segunda es el empirismo desarrollado por Locke y Hume, quienes sostienen que el conocimiento procede de la experiencia, es decir, al tener un contacto directo con la realidad; la tercera es el intelectualismo, creada por Santo Tomás de Aquino, esta postura trata de mediar el racionalismo y el empirismo, y por último el apriorismo, que es una segunda propuesta de mediar el racionalismo y el empirismo, Kant es considerado su fundador (Vargas 2006).

Después de haber revisado las corrientes principales del conocimiento, a continuación se presentan algunas de las definiciones consideradas las más relevantes sobre el concepto gestión del conocimiento, con la finalidad de encontrar

la que se considere como la más adecuada para el tema que se estudia dentro de la presente investigación.

En la actualidad, las empresas le dan una mayor importancia a lo que el autor Handy (1995) llama “el trabajador del conocimiento”, que no es más que aquel que posee conocimientos específicos y no produce nada material como un objeto o cosa física, sino que produce conocimientos e información que generan utilidades para su organización. Este trabajador es dueño de sus medios de producción y de su puesto ya que sólo él sabe qué es lo que se debe hacer en la empresa, y su lealtad con la empresa no depende de las típicas condiciones de trabajo sino de las oportunidades de desarrollo. A partir de esto surge la necesidad de las empresas por gestionar el conocimiento ya que la organización debe encontrar la manera de almacenar este conocimiento y transmitirlo a los demás colaboradores.

La gestión del conocimiento se orienta a crear valor a partir de los activos intangibles de una organización, se entiende como la forma en que la organización capta o registra la manera en que hace llegar la información necesaria en el momento y lugar adecuados para así brindar resultados efectivos y tangibles, de igual manera una adecuada toma de decisiones (Vargas, 2014).

Para el autor Belly (2014), la gestión del conocimiento es hacer las cosas “bien” de las organizaciones para así ganar oportunidades, reinventar y no caer dos veces en el mismo error por el que han pasado. Para Belly, todas estas acciones que menciona deben quedar plasmadas en la empresa de tal forma que se refleje un cambio positivo en sus resultados financieros.

Otra definición sobre este concepto es la de los autores Collison y Parcell (2001), quienes afirman que la gestión del conocimiento es la importancia de la creación de un receptáculo de vastos conocimientos, que otorgan el mayor relieve al

conocimiento depositado en la mente de las personas y en la búsqueda que incrementen su movilidad.

Existen distintos autores que han planteado una definición sobre gestión del conocimiento, sin embargo, se ha considerado como base para la presente investigación la que elaboran los autores Nonaka y Takeuchi (1999), quienes la definen como “la capacidad de una compañía para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre los miembros de la organización y materializarlos en productos, servicios y sistemas”. Para estos autores la creación de conocimiento dentro de la organización es la clave para la innovación y ven a ésta como una ventaja competitiva; a su vez, autores como León, Castañeda y Sánchez (2007) perciben a la gestión de conocimiento como un macroproceso clave en las organizaciones y fuente de ventajas competitivas.

2.2.2. Procesos de la gestión del conocimiento

Diversos autores como lo son Nonaka y Takeuchi (1995) y León (2007), han abordado el tema de la gestión del conocimiento como un proceso, cada uno de ellos presenta versiones distintas de este proceso, sin embargo, presentan algunas similitudes entre ellos, más adelante se describirán algunos de los procesos que se consideraron más relevantes.

Para León *et al.* (2007), el proceso consta de ocho etapas que van desde la conversión hasta la medición del conocimiento, ya que mencionan que es importante realizar una adecuada medición del conocimiento debido al supuesto de “lo que no se puede medir, no se puede gestionar”. A continuación se describirá brevemente cada uno de los pasos del proceso propuesto por estos autores.

- a. Conversión: esta primera etapa se basa en la aportación de Nonaka y Takeuchi (1995), quienes plantean que antes de generar un conocimiento organizacional es necesario fomentar el conocimiento tácito personal,

para después de esto lograr una conversión, que recorre en espiral el ciclo del modelo propuesto por los autores japoneses.

- b. Identificación: para León *et al.*, éste es un punto clave de la gestión del conocimiento, sin embargo, no lo es así para todos los autores debido a que tal vez sea considerado como evidente. La identificación se refiere a la construcción de un diagnóstico de la gestión del conocimiento en la organización, en donde se determine los vacíos de conocimiento que pudieran presentarse, las fuentes del conocimiento, y las vías de intercambio y reglas constituidas para ello.
- c. Anclaje, adquisición y desarrollo: éste se considera clave para las organizaciones que aprenden, son excluyentes entre ellos y constituyen las estrategias que se van a desarrollar para fomentar la gestión del conocimiento en las organizaciones.
- d. Codificación: esta parte se refiere a la adopción de mecanismos que permitan convertir el conocimiento de los empleados en información, la cual podrá ser utilizada por los demás miembros de la organización; es importante mencionar que no todo el conocimiento es codificable.
- e. Almacenamiento: también es conocido en la literatura como “retener”, se refiere a estancar o impedir el movimiento del conocimiento, es importante mencionar que sólo se debe conservar el conocimiento que se considera útil, el cual se recordará en donde encontrarlo, para lo cual se recomienda el uso de sistemas de gestión de documentos.
- f. Difusión: el principal objetivo de esta etapa es transferir el conocimiento al lugar donde sea necesario, en el momento adecuado. El conocimiento es transferido de la mente de una persona a otra y se realiza con el apoyo de los medios más adecuados.
- g. Utilización: en esta parte se incluye la aplicación del conocimiento transferido con la finalidad de resolver un problema determinado. Se

considera el más importante del proceso, ya que es el objetivo que se busca alcanzar con el proceso de la gestión del conocimiento.

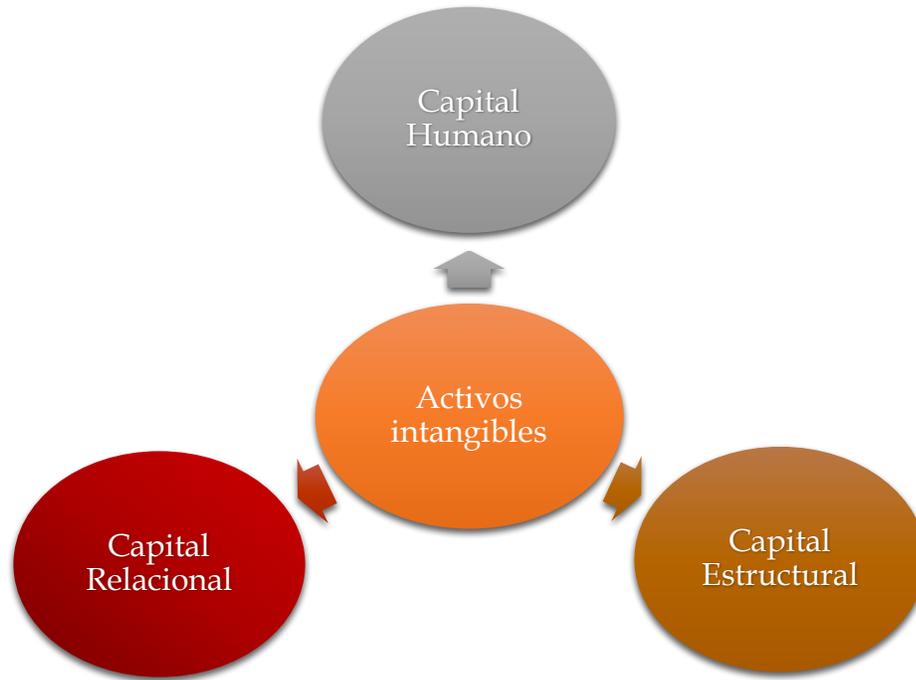
- h. Medición: en este último punto del proceso se comprueba la efectividad de las etapas anteriores ya que contribuye a elevar el capital intelectual de las organizaciones. Más adelante se abordará a detalle la parte de la medición de la gestión del conocimiento debido a la gran importancia que ha tenido dentro de las organizaciones, ya que se ha considerado como uno de los activos intangibles más valiosos con los que se cuenta.

Por su parte, Vargas (2014) propone cuatro etapas principales dentro del proceso de la gestión del conocimiento: misión, se considera como un elemento esencial y debe estar bien definida para que el trabajador del conocimiento pueda tomar decisiones respecto a sus aportaciones en la organización; la segunda es la integración en la red, en la que la organización moderna está compuesta por especialistas y nadie se encuentra por encima de otro; la tercera es la autonomía, en la cual se plantea que el gestor del conocimiento debe ser responsable de sus propios resultados generando un clima de confianza para ello; y, por último, se propone la coevolución creadora, esto se refiere a involucrar a todos los colaboradores de la organización de manera conjunta en la toma de decisiones y responsabilidades.

2.2.3. Modelos de la gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento está orientada a crear valor para la empresa a partir de los activos intangibles, esto se representa dentro del modelo propuesto por Vargas (2014), en el que menciona que la suma de información no necesariamente se transforma en conocimiento, sino que el conocimiento es información en acción, además de que, como ya se ha mencionado, se maneja como un proceso humano para usar la información de manera efectiva dentro de la organización. A continuación se presenta este modelo compuesto por tres activos intangibles (Figura 9) que son capital humano, capital estructural y capital relacional.

Figura 27. Modelo con base en los activos intangibles



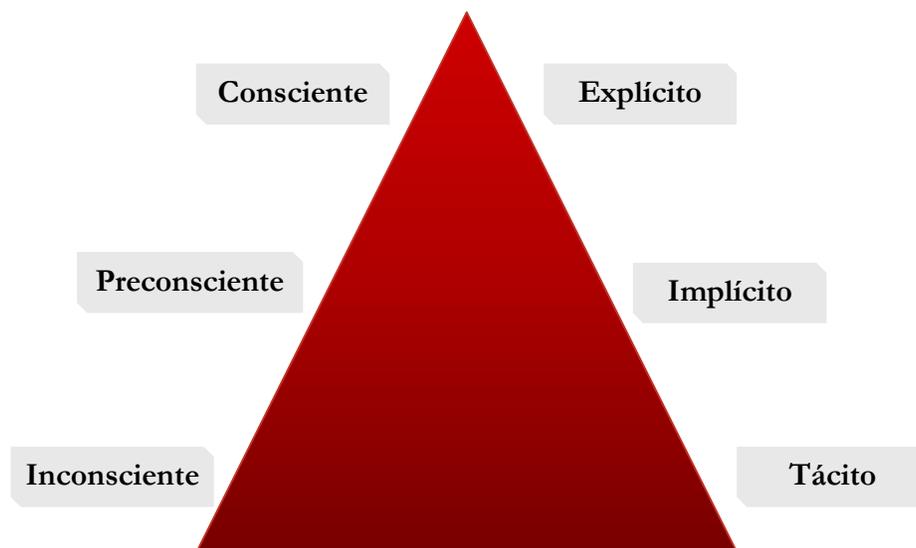
Fuente: Vargas (2014).

En el modelo anterior, Vargas toma el capital intelectual como punto de partida para la gestión del conocimiento, el cual se compone de capital humano, que se refiere al conocimiento con el que cuentan los trabajadores de la empresa y, por lo tanto, no es propiedad de la empresa, se compone también de capital estructural, en el cual se incluye el conocimiento que la organización consigue explicar y que se puede registrar en sistemas de información o comunicación y, por último, está integrado por el capital relacional, que son las relaciones que mantiene la empresa hacia su exterior, ya sea con proveedores, clientes, comunidad, etcétera.

Se ha considerado interesante otro modelo propuesto por los autores Malvicino y Serra (2000), en el cual se plantea que la gestión del conocimiento se encuentra compuesta por niveles del conocimiento. Los autores proponen seis diferentes tipos de conocimiento: consciente, preconsciente, explícito, implícito,

inconsciente y tácito (Figura 10). Y deben ser considerados algunos aspectos principales como un buen sistema de calidad, el liderazgo y el trabajo en equipo. En esta parte que proponen los autores se puede identificar el trabajo en equipo como un elemento de la gestión del conocimiento, lo que hace reforzar el modelo propuesto para la presente investigación ya que se ha identificado una relación con la creación de redes de colaboración entre las mujeres que trabajan dentro de las empresas turísticas.

Figura 28. Modelo de la gestión del conocimiento



Fuente: Malvicino y Serra (2000).

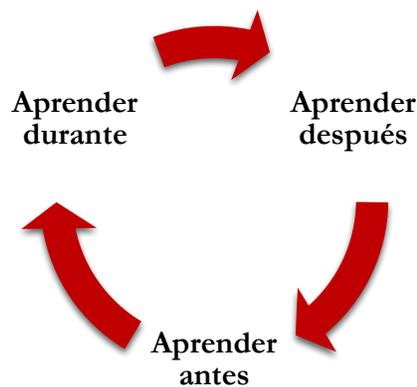
Los autores proponen una distinción en el conocimiento explícito, ya que se considera se encuentra dentro de un plano consciente y es un conocimiento que puede estar documentado en manuales o alguna otra herramienta; el conocimiento tácito es el que se encuentra en la mente de las personas dentro de un plano inconsciente. El conocimiento implícito es aquel que se encuentra en un plano

preconsciente ya que el individuo necesita realizar un proceso para lograr exteriorizarlo.

Para Nonaka y Takeuchi (1995), el conocimiento está compuesto por dos tipos: el tácito y el explícito, pero éstos, a su vez, pueden convertirse en cuatro formas distintas: socialización, interiorización, exteriorización y combinación.

Para otros autores como Collison y Parcell (2001), la gestión del conocimiento está compuesta solamente por dos tipos de conocimiento: tácito y explícito, el primero es el que se encuentra dentro de la cabeza de las personas y no es posible capturar su riqueza. Y el conocimiento explícito puede ser almacenado en algún medio y recuperarlo en el momento que sea necesario. También creen que es necesario tener un modelo que describa a la gestión del conocimiento ya que puede controlar y comunicar los límites de su enfoque. El modelo que los autores proponen lo han llamado modelo holístico (Figura 11), en donde se relacionan los procesos de aprendizaje y la captura y transferencia de conocimientos con las actividades cotidianas (Collison y Parcell, 2001).

Figura 29. Modelo holístico

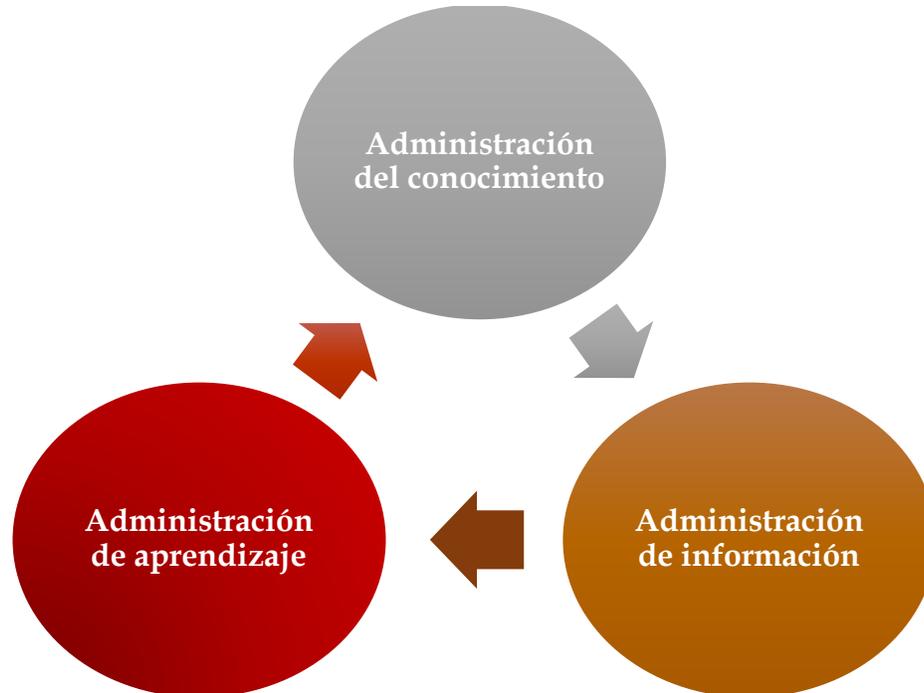


Fuente: Collison y Parcell (2001).

En el modelo anterior, se consideró importante incluir una noción de conocimiento en todas las acciones, aprender antes se refiere a que cuando el trabajador de la empresa se dispone a emprender una acción es muy probable que alguien ya lo haya intentado anteriormente; aprender durante se refiere a que el trabajador debe aprender de lo que ha estado haciendo en la empresa y cómo lo ha estado haciendo; y, por último, aprender después es debido a que la mayor parte de las actividades que se realizan en la empresa se hacen más de una vez.

A continuación, se presenta el modelo de Gopal y Gagnon (1995), que lo dividen en tres etapas principales, siendo una de ellas la administración del aprendizaje, que coincide con el modelo anterior de Collison y Parcell (2001), en el que se destaca la importancia que tiene éste en la gestión del conocimiento (Figura 12).

Figura 30. Modelo de tres dimensiones de la gestión del conocimiento



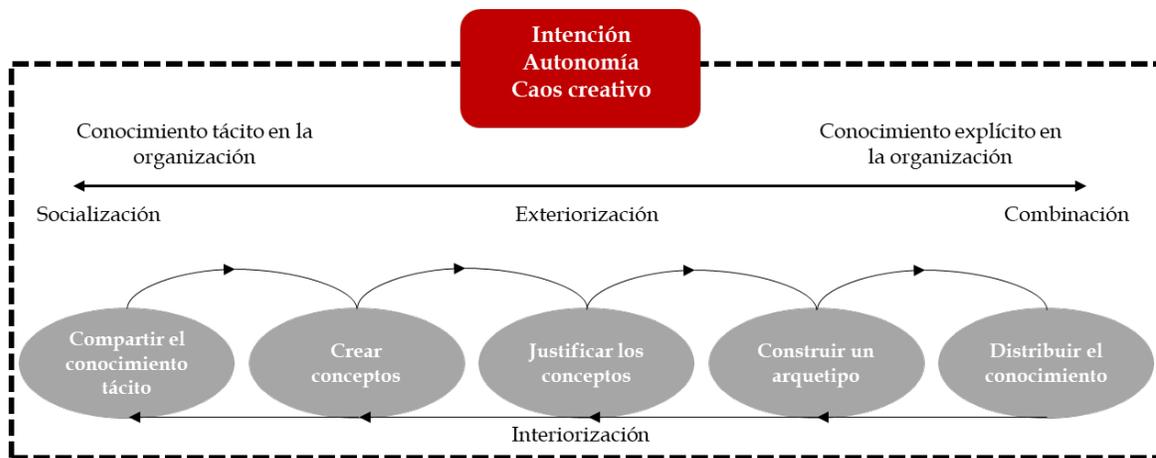
Fuente: Gopal y Gagnon (1995).

Este modelo plantea una transformación del conocimiento tácito en explícito, el cual tiene la característica de ser fácil de comunicar y transmitir en ciclo compuesto por tres etapas, que serán descritas con más detalle:

- a) Administración del conocimiento: consta del establecimiento de la situación actual de la organización, es decir, realizar un diagnóstico para identificar el capital intelectual con el que se cuenta y definir la situación a la que se pretende llegar.
- b) Administración de la información: es el fortalecimiento de la información como base del conocimiento organizacional, en esta etapa se establece la calidad y las características que contendrá la información para lograr la situación que se planteó en la etapa anterior.
- c) Administración del aprendizaje: en esta parte del proceso se cierra el ciclo de la transformación del conocimiento tácito en explícito, estableciendo propuestas de aprendizaje, así como maneras para cuantificarlo, de tal manera que el conocimiento y el aprendizaje organizacional se integren en la cultura de la empresa como valores, motivando el crecimiento y desarrollo de los colaboradores. En esta etapa se fomenta la mejora continua y crece la espiral del conocimiento para cerrar con el aprendizaje un ciclo e iniciar otro (Gopal y Gagnon, 1995).

Otro modelo (Figura 13) que maneja este proceso de conocimiento como un espiral es el de Nonaka y Takeuchi, además de ser uno de los más completos encontrados en la literatura, es llamado modelo de cinco fases del proceso de creación de conocimiento organizacional (Nonaka y Takeuchi, 1995). Anteriormente se plantearon las dos formas de conocimiento que proponen los autores y las cuatro diferentes maneras en las que se puede convertir, después de esto los autores proponen un modelo de cinco fases donde se utilizan los fundamentos básicos de la gestión del conocimiento.

Figura 31. Modelo de cinco fases del proceso de creación del conocimiento organizacional



Fuente: Nonaka y Takeuchi (1995).

El modelo anterior presenta un ideal de cómo debería ser el proceso de gestión del conocimiento, el cual inicia en compartir el conocimiento tácito, después crear conceptos, justificar los conceptos, construir un arquetipo y, por último, distribuir el conocimiento de forma cruzada.

2.2.4. Estudios sobre gestión del conocimiento

Se han encontrado algunos estudios sobre el tema de la gestión del conocimiento enfocados a Pymes, uno de ellos realiza una validación estadística de un modelo de evaluación para Pymes de sector de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (Arulanda, Giraldo y Serna, 2016). En otra investigación se realiza un análisis del impacto que tiene el correo electrónico en las empresas como herramienta para potencializar sus beneficios y, a su vez, para gestionar el conocimiento (Meroño, 2005).

Otra de las investigaciones encontradas que se han aplicado en Pymes, es en la que se analizan las capacidades de la gestión del conocimiento para la competitividad de las empresas en Colombia. En este estudio se evaluaron 321

empresas en relación con tres dimensiones: análisis organizacional, los procesos y las herramientas de las TIC, generando con esto acciones para potencializar su competitividad (A. Hernández, Marulanda y López, 2014).

Una investigación realizada en Turquía, tiene como objetivo encontrar las percepciones de los gerentes sobre el grado en que los componentes de la gestión del conocimiento contribuyen al éxito de estas empresas y como resultados se encuentra que a las Pymes turcas no les gusta compartir el conocimiento, incluso dentro de la misma empresa y, además, los gerentes impiden que el conocimiento entre a la empresa (Bozbura, 2007).

En el estado de Aguascalientes también se han realizado estudios sobre la gestión del conocimiento, uno de ellos se aplica en las Pymes manufactureras, en donde los autores mencionan que cada vez son más las empresas, sobre todo, pequeñas y medianas, que aplican estrategias empresariales para promover el desarrollo de conocimientos tanto tácitos como implícitos. La investigación tiene como objetivo de estudio analizar la relación existente entre la gestión del conocimiento y el crecimiento, con una muestra de 125 Pymes se obtiene que efectivamente la gestión sí tiene efectos positivos y significativos en el crecimiento, lo cual puede ser visto como una ventaja competitiva (Maldonado *et al.*, 2012).

Durante la revisión de la literatura se encuentran estudios que son relevantes para la presente investigación debido a que fueron estudiados en Pymes del sector servicios, uno de ellos se realiza en el estado de Chihuahua, en donde se estudian los procesos de gestión del conocimiento en 30 Pymes, usando como referencia el modelo de espiral de creación del conocimiento de Nonaka y Takeuchi. Se desarrolló y se aplicó un instrumento que estaba dirigido a los empleadores, analizándose a través de estadística descriptiva, correlacional y regresión lineal. Se concluyó que existe una clara falta de estrategias y procesos que favorezcan la generación del conocimiento organizacional para las Pymes (Gutiérrez, Sapién y Piñón, 2015).

Otra investigación relevante que se aplicó en el sector restaurantero tiene como objetivo realizar un diagnóstico para analizar los procesos de la gestión del conocimiento en las Pymes, con la finalidad de identificar oportunidades de mejora. Este estudio se aplica en 12 empresas y se elaboran dos tipos de cuestionarios distintos, recolectando información de los administradores y de los empleados. Se obtiene como resultado la resistencia al cambio ya que no implementan tecnologías de la información, no aceptan un plan de estrategias donde esté vinculada la gestión del conocimiento y presentan resistencia para documentar las buenas prácticas (Perez, Soto, Valenzuela y León, 2013).

Diversos autores han identificado la carencia de producción científica que contribuya a explicar la toma de decisiones y la gestión del conocimiento en el sector turístico, se ha reconocido su importancia, sin embargo, se evidencian enfoques empíricos insuficientes, carencia de modelos, metodologías y visiones poco sistémicas (Batista *et al.*, 2015). Es por eso que se genera un estudio en el que se hace un análisis teórico del tema, su evolución, sus tendencias actuales y sus brechas, a partir de las cuales se estudia la toma de decisiones con la gestión del conocimiento en organizaciones relacionadas con el turismo en Cuba.

En otra investigación se reflexiona sobre el papel que juega la innovación tecnológica y la gestión del conocimiento en el turismo y lo han vinculado con el desarrollo de la economía local bajo criterios de sustentabilidad. Se obtiene como resultado que los distintos actores de la comunidad son dirigidos por el gobierno y se resalta el rol que juega la universidad en el contexto como facilitadora del proceso (C. G. Gómez y García, 2007).

2.2.5. Medición de la gestión del conocimiento

Es común encontrar estudios en donde se hable de la medición de la gestión del conocimiento y se haga una asociación con el concepto de capital intelectual, no obstante, es necesario realizar una medición del desempeño en los procesos del

conocimiento interno de la organización. Dentro de algunos estudios se ha hecho de una manera cualitativa (Batista *et al.*, 2015; Ponce Álvarez y Alabart Pino, 2015) y en otros cuantitativamente (Gutiérrez *et al.*, 2015; Simanca *et al.*, 2016), sin embargo, para decidir el tipo de metodología que se va a utilizar es importante tener claro el objetivo de la investigación, ya que éste dará la pauta para una correcta medición del conocimiento en la empresa. En general, una buena gestión del conocimiento depende del aumento de capital intelectual y, por ende, la generación de utilidades para la organización (León *et al.*, 2007).

Estudios como el presentado por Rodríguez, resalta la importancia de algunos elementos que se deben considerar para la medición de la gestión del conocimiento como lo son conocer qué parte del proceso no funciona como se espera; ofrecer un margen para ajustar métodos y técnicas utilizadas; corregir errores; perfeccionar el trabajo en cada etapa y mejorar su desarrollo (M. Rodríguez, 2005).

Se han encontrado otros estudios que miden la gestión del conocimiento de una manera cualitativa, tal es el caso que presentan los autores Batista *et al.* (2015), en donde se analiza de manera teórica la gestión del conocimiento y después se realiza una aplicación en entidades del Destino Turístico Holguín situado al oriente de Cuba.

Dentro de las investigaciones consultadas sobre gestión del conocimiento se encuentra una clara tendencia por medirla de manera cuantitativa, es por esto que existe una cierta diversidad de escalas para su medición, a continuación se presentan algunas de las más relevantes.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en el Foro de Alto Nivel sobre Gestión de Conocimientos en Ottawa, en septiembre del año 2000, se estableció un grupo de investigadores de distintos países para generar

un cuestionario que se incluye el uso de las 23 prácticas de la gestión de conocimientos y se complementa con preguntas sobre incentivos al uso de las mismas. Algunos países se interesaron en realizar sus propios estudios y como estrategia la Organización les propone implantar todo el estudio completo como piloto, o tomar solamente algunas preguntas para incluir en algún cuestionario ya existente (OCDE, 2003).

Dentro de la revisión de la literatura, se encuentra también una escala de medida para la gestión del conocimiento, la cual fue probada en industrias de biotecnología y telecomunicaciones, ésta se basa en la metodología propuesta por Churchill (1997) y Devellis (1991) y se complementa con el uso de la técnica Delphi y el uso de modelos de ecuaciones estructurales.

Con esta escala, se parte de la idea de que la gestión del conocimiento es un constructo multidimensional, el que puede llegar a manifestarse con diferentes características. De esta manera, se considera como un modelo latente en el que las dimensiones representan al constructo, mientras que el indicador representa a cada dimensión (Marqués y Simón, 2006). La escala se basa en tres trabajos previos sobre la medición de la gestión del conocimiento y en cuatro estudios que abordan el tema de aprendizaje organizativo.

Esta escala consta de 49 ítems, 26 para medir los principios y 23 para medir las prácticas, con una escala tipo Likert de 7 puntos, la primera propuesta fue revisada por un panel de 22 expertos en el tema y probada en 222 empresas. Después de haber aplicado la encuesta en las empresas, se realizó un análisis estadístico, con el que se comprueba que los índices de ajuste y las cargas factoriales de cada ítem sean los adecuados, se comprueba la fiabilidad de la escala con pruebas de validez de contenido, validez convergente y validez discriminante. Al final se eliminan cuatro ítems para ajustar el modelo factorial de tercer orden.

Se encuentra otro estudio interesante en donde se realiza una aproximación a medir la gestión del conocimiento bajo un estudio exploratorio en Bogotá, Colombia. Aplicando una encuesta a 1,168 trabajadores y directivos de 48 empresas de distintos sectores, la encuesta aplicada se divide en dos etapas.

La primera incluye el apartado de la gestión del conocimiento, la cual, según los autores, es explicada por 12 ítems relacionados con la apropiación, aplicación y generación del conocimiento en las organizaciones con una escala tipo Likert.

La segunda etapa fue denominada matriz de Índice de Memoria de Inteligencia Organizacional (IMIO), diseñada por Arboés y Aldázabal (2005), en donde se tiene como objetivo principal identificar qué es lo que sucede realmente dentro de la organización al tratar de adquirir, crear y apropiarse del conocimiento para mejorar la competitividad empresarial.

En la revisión de la literatura se encontró un estudio publicado recientemente, éste propone una relación entre la gestión del conocimiento y la toma de decisiones en entidades de destinos turísticos, se realiza un análisis sobre este tema, su evolución, tendencias actuales y brechas a partir de las cuales propone estudiar en la toma de decisiones y la gestión del conocimiento en entidades relacionadas con el sector turístico.

Dentro de este estudio se encuentran otros que han indagado en la relación entre la gestión del conocimiento y la toma de decisiones, pero desde distintas dimensiones, tales como el turista, el medio ambiente, el desarrollo local, los accionistas, entre otros, sin embargo, se detectaron carencias de estudios en el ámbito de organizaciones empresariales que interactúan dentro de un mismo destino (Batista *et al.*, 2015). Por lo tanto, la presente investigación es un caso similar, ya que se estudiará esta relación entre las variables en un mismo destino turístico y,

además, se incluirán otras variables que han presentado un sustento teórico importante.

Una de las escalas que ha sido utilizada por la mayoría de los investigadores es la que proponen Lee *et al.*, ésta proporciona un nuevo índice para medir el desempeño de una empresa en su gestión del conocimiento, la cual consta de cinco componentes que pueden servir para determinar el proceso de gestión del conocimiento: creación del conocimiento con 7 ítems; la acumulación de conocimiento con 7 ítems; intercambio de conocimientos con 4 ítems; la utilización del conocimiento con 6 ítems y, por último, el conocimiento de internalización con 9 ítems. Cuando aumenta la eficiencia en el proceso de gestión del conocimiento, también aumentará el rendimiento del conocimiento, lo que permitirá a las empresas convertirse en el conocimiento intensivo (Lee *et al.*, 2005).

En otro de los estudios encontrados, se menciona que el conocimiento es obtenido de las relaciones sociales dentro de la organización, es decir, con los accionistas, proveedores, competidores, clientes, etcéteras, es por esto que se propone una escala para determinar en qué medida los componentes de la gestión del conocimiento contribuyen al éxito de las Pymes en Turquía (Bozbura, 2007). La escala propuesta consta de cuatro dimensiones: entrenamiento y orientación a empleados con 4 ítems; las políticas y estrategias de gestión del conocimiento con 13 ítems; la captura del conocimiento y la adquisición desde fuera con 5 ítems, y el efecto de la cultura organizacional con 6 ítems.

La gestión del conocimiento ha sido estudiada de varias maneras en la literatura actual, además de que se han desarrollado diversas escalas para su medición. Sin embargo, existe una falta de escalas para medir la gestión del conocimiento a nivel de equipo o en un nivel de trabajadores (Singh y Gupta, 2014), por lo que los autores decidieron crear un instrumento para medir en esta área la gestión del conocimiento; la escala fue piloteada tres veces en Pymes de la India, y

al final se obtuvo un instrumento validado teórica y estadísticamente con tres dimensiones y un total de 29 ítems.

Existen otros autores que han generado otra escala para medir la gestión del conocimiento en un nivel de trabajadores. Sallis y Jones (2002) proponen un instrumento de investigación que consta de 42 ítems con diez dimensiones: visión y misión, estrategia, cultura organizacional, capital intelectual, organización del aprendizaje, liderazgo y gestión, trabajo en equipo y comunidades de aprendizaje, creación del conocimiento y sofisticación digital. Se demostró que la dimensión de capital intelectual fue la que tuvo una mayor contribución a la formación de la gestión del conocimiento dentro de la organización (Sallis y Jones, 2002).

Por último, se encuentra uno de los artículos más relevantes para la presente investigación, ya que en él se estudia una relación entre gestión del conocimiento y empoderamiento en la Administración de Justicia en la provincia de Teherán, donde se aplicó el instrumento a 351 trabajadores, mismo que estaba conformado por dos escalas, la de gestión del conocimiento de Sallis y Jones (2002) y la escala de empoderamiento psicológico en el lugar de trabajo de Spreitzer (1995). Como resultados se obtuvo que existe una relación entre la gestión del conocimiento y el empoderamiento del personal en la Administración de Justicia. Cabe resaltar que las dimensiones que se consideraron las que presentan una relación más fuerte son trabajo en equipo, comunidades de aprendizaje, conocimiento colaborativo, creación del conocimiento, entre otras (Sohrabi, Chenari, Nazem, Farahzadi y Bahmanabadi, 2013a).

Existen otros estudios como el de Chen y Chen, quienes estudian la gestión del conocimiento dentro de la empresa y hacia fuera, es decir, cómo responden los clientes a factores de tecnología, marketing y gestión del conocimiento. Como metodología, ellos utilizan datos tanto cualitativos (entrevistas abiertas) como cuantitativos (formularios de preguntas con respuesta), esto con la finalidad de

triangular los datos e ideas y obtener una mayor riqueza en la información (Chen y Chen, 2004).

Como conclusión se encontraron solamente dos escalas que van dirigidas a los trabajadores, ya que las demás se dirigen principalmente a niveles directivos y clientes de las empresas. Por lo que para la presente investigación se tomará como base la escala propuesta por los autores Lee, Lee y Kang (2005), debido a que, como ya se mencionó, se encuentra dirigida hacia los trabajadores y tiene un número considerable de ítems.

2.2.6. Aprendizaje organizacional

Con base en los modelos anteriormente propuestos por Collison y Parcell (2001) y Gopal y Gagnon (1995), en donde se estudia al aprendizaje como una variable determinante en el proceso de la gestión del conocimiento, se presenta a continuación un apartado en el que se analiza de forma detallada esta variable.

El estudio del aprendizaje en las organizaciones surge del supuesto de que muy pocos trabajadores comienzan en un trabajo conociendo a la perfección las actividades y los procesos que se deben realizar, especialmente en cuanto al uso de las nuevas tecnologías. Por lo tanto, las empresas deben capacitar y enseñar a sus empleados para que logren aumentar su nivel de desempeño (Furnham, 2001).

El aprendizaje organizacional ha sido considerado como un elemento clave para el desarrollo de las organizaciones (López *et al.*, 2012), y ha sido considerado por diversos autores del análisis de las organizaciones y de la administración como un aspecto estratégico para una buena dirección de las empresas (Fassio y Ruty, 2017). Sin embargo, es un tema que dentro del campo de investigación académica y en el campo laboral ha tenido un desarrollo relativamente joven (Garzón y Fisher, 2008).

Todos los días, las empresas y las personas que trabajan allí consumen, producen y distribuyen datos, información y conocimiento que llevan implícito los procesos que lo convierten en un significado asimilado o aprendizaje y de esta manera se facilita la toma de decisiones con base en evidencias, experiencias y habilidades individuales o grupales (L. Y. R. Nieves, 2015).

Una organización que se encuentra en un proceso constante de aprendizaje, llega a ser hábil en la creación, adquisición y transferencia de conocimientos, modificando con esto su comportamiento al reflejar este aprendizaje (Garvin, 1993).

2.2.7. Conceptualización del aprendizaje organizacional

Según algunos autores, el concepto de aprendizaje organizacional surge dentro del lenguaje administrativo en la década de los sesenta y mediados de los ochenta, a partir de estudios realizados en los que se explica la generación de conocimiento en organizaciones formales (Argyris y Schön, 1978). Sin embargo, en la actualidad este concepto ha venido tomando una mayor fuerza dentro de las investigaciones generando una abundante literatura (D. M. R. Gómez, 2016).

Con base en la teoría del conductismo, se puede decir que esta teoría tiene en su núcleo central una concepción asociacionista del conocimiento y el aprendizaje. Se dice que el conocimiento se obtiene al asociar ideas según los principios de semejanza, contigüidad espacial y temporal y causalidad, principios que de igual forma son parte importante del aprendizaje (Pozo, 1989).

Como una propuesta para lograr comprender cómo aprende la gente, surgen los Entornos Personales de Aprendizaje (PLE). Este tema ha ido incrementando en los últimos años, especialmente en el ámbito de la tecnología educativa, la didáctica y la educación general. El PLE es un conjunto de herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades que una persona utiliza de manera asidua para aprender (Prendes *et al.*, 2016).

Otro tipo de metodología para comprender el aprendizaje es el que se basa en la resolución de problemas, esto se da cuando existe una clara investigación y una reflexión por parte del individuo para lograr la resolución de un problema específico (Fernandez, Fernandez y Polo, 2017).

El aprendizaje organizacional es definido como un proceso que emplea el conocimiento y el entendimiento orientado al mejoramiento de las acciones (Fiol y Lyles, 1985), para otros autores es simplemente la forma en que las empresas construyen, aumentan y organizan el conocimiento (Dodgson, 1993). Este constructo se encuentra compuesto por cuatro pasos: adquisición de conocimiento; distribución de la información; interpretación de la información, y memoria organizacional (Huber, 1991). Para Argyris y Schön (1978), el aprendizaje organizacional es un proceso mediante el cual los miembros de la organización, al detectar errores o anomalías, las corrigen mediante una reestructuración de la teoría de acción sustentada en la propia organización.

La capacidad de aprendizaje como variable en la investigación, es considerada multidimensional, en ésta influyen factores como las fuentes de las que se obtiene, los niveles de aprendizaje, la cultura y las condiciones para el aprendizaje constituyen parte de dimensiones representativas (Garzón y Fisher, 2008).

Este tipo de aprendizaje es visto como uno de los medios principales para la consecución y renovación estratégica de una empresa que constituye un proceso integrado por cuatro elementos: intuición, interpretación, integración e institucionalización (Crossan, Lane y White, 1999).

El aprendizaje organizacional es considerado como el proceso mediante el cual las entidades, a partir de individuos, adquieren, construyen y transfieren conocimientos (Castañeda y Ríos, 2007), siendo un proceso con un alto grado de

complejidad que conlleva a que la organización adquiriera nuevos conocimientos (Sanguino, 2005).

Por último, se presenta una de las definiciones considerada como una de las más completas ya que plantea que el aprendizaje organizacional consiste en los cambios que se llevan a cabo en la base del conocimiento de la empresa que consta de los activos intelectuales, individuales y colectivos e incluye los datos y la información sobre los que se han construido el conocimiento individual y de la organización, permitiendo la creación de marcos de referencia colectivos y el desarrollo de las aptitudes de la organización para actuar y solucionar problemas (Probst, Raub y Romhardt, 2001).

2.2.8. Modelos de aprendizaje organizacional

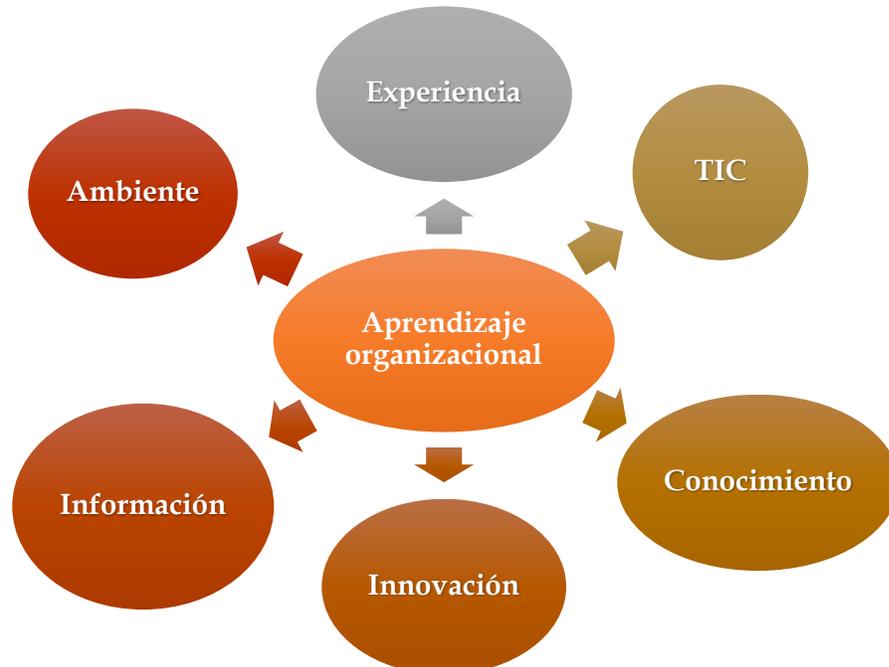
Para lograr plantear un modelo del aprendizaje organizacional como tal, es necesario mencionar que no existe una generalidad en cuanto a las dimensiones involucradas. Esto debido a que para algunos autores es evidente la existencia de tres niveles mediante los que se desarrolla el aprendizaje organizacional: individual, grupal y organizacional, los cuales se encuentran estrechamente ligados con cuatro subprocesos que integran el proceso de aprendizaje organizacional: la intuición y la interpretación, que se presentan a un nivel individual; la interpretación y la integración pertenecen a un nivel grupal, y, por último, la integración y la institucionalización que se dan en un nivel grupal (Crossan *et al.*, 1999).

Posterior a esta propuesta realizada por Crossan, Lane y White (1999), surgen algunas modificaciones realizadas a los subprocesos y no a los niveles mediante los cuales se obtiene el conocimiento, es decir, el aprendizaje organizacional consta de tres niveles: individual, grupal y organizacional, además de esto se compone de dos rutas o subprocesos: del individuo a la organización y de la organización al individuo (Zietsma, Winn, Branzei y Vertinsky, 2002).

Existen algunos modelos que se basan en la teoría de cómo se procesa la información (Huber, 1991), y otros en el proceso de la interpretación de dicha información (Shaw y Perkins, 1991) pero sin descuidar la manera en cómo los equipos de trabajo aprenden, comparten la información y se adaptan dentro de la organización. Después de este tipo de modelos, surgen otros como complemento para identificar cómo se componen los niveles del aprendizaje individual, en equipo y en la empresa como un espiral en donde se genera y se comparte el conocimiento (Nonaka y Takeuchi, 1995).

Con base en modelos propuestos por diversos autores y en un estudio empírico realizado, Gómez (2016) ha propuesto el modelo estratégico de seis elementos para el aprendizaje organizacional (Figura 14), el cual se presenta a continuación.

Figura 32. Modelo de aprendizaje organizacional



Fuente: Gómez (2006).

El modelo anterior se compone por seis elementos: ambiente, experiencia, innovación, Tecnologías de la Información y la Comunicación, información y conocimiento. El modelo puede ser aplicable para todo tipo de organizaciones y, de manera general, involucra también elementos como crear ambientes propicios para el aprendizaje, proporcionando apoyos al personal para programas y cursos especializados en instituciones externas (D. M. R. Gómez, 2016).

2.2.9. Estudios sobre aprendizaje organizacional

Un estudio sobre el tema del aprendizaje se realiza en las pequeñas y medianas empresas con la finalidad de conocer la relación entre las variables aprendizaje organizacional, la innovación y el desempeño en los negocios, se desarrolla partiendo de que existen pocos trabajos empíricos en los que se estudian estos temas en las pequeñas y medianas empresas. Por tal motivo, se realiza un estudio cuantitativo en el que su muestra se compone de 92 empresas de la industria textil. Se obtiene como resultado que las variables propuestas son significativas y positivas en el contexto de este tipo de empresas pese a que en la literatura empírica existe una escasa evidencia de esta relación (Gomez y Wojahn, 2017).

Continuando con el estudio de esta variable en las pequeñas y medianas empresas, se encuentra uno que tiene como objetivo conocer la contribución del aprendizaje organizacional en la innovación de producto como estrategia de ventaja competitiva para empresas del sector cárnico en la ciudad de Cali. Como metodología, se utiliza una investigación exploratoria de tipo cualitativo utilizando la revisión y análisis de la literatura, obteniendo como resultados que las capacidades que presentan una relación significativa entre la innovación y el aprendizaje son tecnológicas, de mercado y nuevas capacidades (Valencia, 2015).

En Colombia, se realiza un estudio aplicado a las micro, pequeñas y medianas empresas para analizar el efecto que tiene la orientación al aprendizaje organizacional sobre la innovación en estas empresas. Se utiliza una metodología

cuantitativa encuestando a 403 Mipymes, los resultados obtenidos a través de regresiones lineales múltiples demuestran un efecto altamente positivo en la relación estudiada, lo cual genera importantes contribuciones para empresarios, académicos y el sector gobierno (Palacios, Albarracín y González, 2012).

Otra investigación sobre el tema se lleva a cabo en las microempresas del sector manufacturero, discutiendo la contribución del aprendizaje organizacional a la eficiencia organizacional de estas empresas. Se dice que el aprendizaje organizacional representa formas en las que se puede crear activos de conocimiento, así como también sugerir maneras prácticas para gestionarlos. Se concluye que este estudio adquiere una mayor importancia al tratarse de micro, pequeñas y medianas empresas ya que enfrentan retos considerables para aprovechar el conocimiento y las capacidades de su gente al enfrentarse a ambientes turbulentos y desafiantes (Spicer y Sadler, 2006).

El aprendizaje organizacional se produce a través de un aprendizaje individual, siendo entendido desde la perspectiva del aprendizaje como un proceso social. A partir de este supuesto, surge una investigación realizada en tres restaurantes de Sao Paulo, planteándose una pregunta básica: ¿cómo las personas que trabajan en los restaurantes han aprendido y aprenden las prácticas de negocios esenciales al funcionamiento de los mismos? Para esto se utiliza una metodología cualitativa, con un enfoque descriptivo e interpretativo de las historias de vida de los trabajadores, del cual se identifica un conjunto de ocho categorías que dan cuenta del proceso de aprendizaje: el aprendizaje en etapas; aprender de los errores, aciertos y retroalimentación; aprender por repetición, la memoria, la experiencia pasada y la analogía; aprender a través de la percepción y el uso de los sentidos; aprender de los conocimientos y la experiencia de los demás; aprender los pasos, el ritmo y la rotación; aprender a través de los conflictos, el estrés y la presión del trabajo; aprender partiendo de los valores y de la automotivación (Flavio y Schmidt, 2015).

Para continuar con estudios del tema realizados en el sector turístico, se presenta uno que tiene como objetivo diseñar un sistema para la gestión de capacitación de los principales actores de turismo, enfocado en un aprendizaje continua que mejore el desarrollo turístico sostenible de una localidad (F. T. Vargas y Porraspita, 2012).

2.2.10. Medición del aprendizaje organizacional

Escala de Niveles y Condiciones de Aprendizaje Organizacional creada por Castañeda y Fernández (2007), la cual está compuesta por 30 ítems tipo Likert. Dentro del instrumento se mide el aprendizaje en tres dimensiones: a nivel individual, grupal y organizacional, bajo tres condiciones: claridad estratégica, cultura de aprendizaje organizacional y formación. La escala fue validada y probada con 845 funcionarios de Colombia (Castañeda y Ríos, 2007).

Este instrumento ha sido aplicado y probado bajo contextos distintos como en el caso de Chile, donde se estudia a 1,545 docentes y directivos de escuelas públicas de educación básica (López *et al.*, 2012). En otro estudio se plantea la elaboración de un modelo de ecuaciones estructurales, para identificar las relaciones entre el capital psicológico y la conducta para compartir el conocimiento (Delgado, 2015). Este instrumento también ha servido en estudios que desean descubrir el funcionamiento de los equipos directivos para asegurar el buen funcionamiento de los sistemas de gestión de calidad (Ahumada, Galdames, González y Herrera, 2009).

3.3. Redes de colaboración

El estudio de las redes de colaboración tiene su fundamento en la denominada teoría de redes sociales, ésta surge de algunas corrientes antropológicas, sociológicas y matemáticas. Para Scott (1991), uno de los primeros orígenes surge de la teoría Gestalt y en la teoría matemática de los grafos, comenzando a trabajar en pequeños

grupos a partir de modelos de grafos teóricos para explicar una estructura social y cómo afectan los comportamientos individuales (Scott, 1991).

A su vez, la teoría de las redes también se fundamenta en los estudios realizados por Elton Mayo en 1930, debido a que en su experimento Hawthorne comienzan a analizar cómo la estructura del grupo afecta a los comportamientos individuales (Lozares, 1996). En este estudio realizado por Mayo, se concluye que el nivel de producción de los empleados no dependía de la capacidad física del empleado, sino de normas sociales y expectativas grupales. Se descubrió también que el comportamiento del individuo se apoya totalmente en un grupo y que en el lugar de trabajo las personas participan en grupos sociales existentes dentro de la organización y que se mantienen en constante interacción social (Chiavenato, 2006).

Durante las últimas décadas, el estudio de las redes entre los individuos se ha incrementado, ya que se ha utilizado como una alternativa o un complemento en las investigaciones donde se involucran relaciones humanas (Hollenbeck y Jamieson, 2015; Restrepo *et al.*, 2016; J. A. Rodríguez, 1995), para algunos autores, el estudio de las redes sociales es considerado una herramienta y para otros un paradigma teórico (Noguera, Semitiel y López, 2016; Restrepo *et al.*, 2016) en el que se estudia de una manera grupal el comportamiento y las relaciones entre los individuos. Este enfoque se diferencia notablemente de los enfoques científicos tradicionales en los que se suele analizar metodológicamente los objetos de investigación como independientes y no en su conjunto, como lo hace el análisis de redes sociales.

Sin embargo, realizar investigaciones en las que se involucra el análisis de las relaciones humanas y que hasta el momento ha sido poco utilizada en nuestro país, y en específico en el ámbito del capital humano dentro de las organizaciones, estudiando temas como la gestión del conocimiento, la satisfacción laboral, el reclutamiento y el trabajo en equipo, esta metodología ha resultado adecuada para

que los investigadores entiendan mejor las complejas relaciones que se generan dentro de la organización (Hollenbeck y Jamieson, 2015).

El análisis de las redes de colaboración dentro de la organización es muy importante debido a la riqueza que se obtiene al momento de analizar los resultados, ya que nos revela con claridad las interacciones que se dan entre los miembros de la organización y de qué manera son utilizadas. Además de esto, con el análisis de redes se logra identificar los elementos centrales y los de la periferia dentro de la organización para de esta manera conocer los efectos que se generarían si alguno de ellos saliera o si, por el contrario, se incorporaran nuevos elementos.

2.3.1. Conceptualización de las redes sociales

El análisis de redes sociales tiene sus orígenes en un estudio realizado por el psiquiatra Jacob Levy Moreno, quien en 1934 publicó el libro *Who Shall Survive?*, en el que realiza un estudio dentro de un reformatorio de niñas, para explicar un aumento repentino de fugitivas. Lo que revela este estudio es que la predicción de quien va a huir del reformatorio tenía muy poco que ver con los rasgos personales de la niña y, en cambio, tenían una fuerte relación con los lazos que había entre las menores. A este hallazgo lo denominó sociometría, que no es más que el estudio matemático de la psicología.

Años después, en 1954, surge la definición de John Barnes, la cual ha sido una de las más completas: cada persona se relaciona con un cierto número de individuos, algunos de los cuales están en contacto directo entre sí y otros no, por lo cual fue conveniente llamar red (*network*) a un campo social de este tipo. La imagen de ello es una representación gráfica compuesta por una serie de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos representan a las personas o a veces grupos, y las líneas indican cuales son los contactos entre unos y otros (Barnes, 1954).

Complementando la definición anterior, Elizabeth Bott aportó la idea de que no todos los componentes de la red tienen una relación directa con los demás. Por lo que muchos de los contactos en el interior son de tipo indirecto (Bott, 1957).

El análisis de redes tiene como objetivo central el estudio de la estructura social, la cual será las regularidades en las pautas de las relaciones (J. A. Rodríguez, 1995). En un sentido muy general, el análisis de redes sociales es definido como el estudio de un conjunto de relaciones entre actores y las relaciones que las unen y las dividen (Freeman, 2004). Sin embargo, hay autores que señalan que el análisis de redes va más allá del estudio de los procesos sociales entre los actores y su posicionamiento dentro de la red, y que además este análisis intenta explicar el comportamiento de los elementos en la red y del sistema en su conjunto, recurriendo a las características de las interacciones entre ellos y buscando las dimensiones limitantes y potenciadoras (J. A. Rodríguez, 1995).

Las redes sociales poseen una estructura y morfología propias, cuyas cualidades, como la cuantificación de sus relaciones y el tratamiento matemático, dan evidencia para el análisis e interpretación de las conductas sociales (Restrepo *et al.*, 2016). Este autor define la red social como un conjunto de actores sociales que se vinculan por relaciones que cumplen determinadas características.

Al mismo tiempo, una red social se considera como un conjunto de relaciones que establecen entre sí un grupo de actores, las cuales emplean datos empíricos para su análisis y utilizan representaciones visuales y modelos matemáticos para su interpretación (Ramos, 2015).

Para algunos autores (Noguera *et al.*, 2016; Restrepo *et al.*, 2016), ha sido considerado como un paradigma teórico, el cual es aplicado como un enfoque de relaciones entre los actores para dar una explicación a problemáticas del análisis de las ciencias sociales (Del Pilar Castro, 2015).

El análisis de redes sociales se puede definir como un conjunto de relaciones denominadas lazos entre agentes sociales individuales o colectivos denominados nodos, los cuales conforman una estructura dada por la cantidad y calidad de los vínculos que se generan entre ellos (Matta, 2012).

El análisis de redes no se basa en la intuición del investigador, sino que parte de un planteamiento teórico estructurado para identificar a las personas que ocupan posiciones similares con base en cargos, lugares de trabajo, experiencias, actitudes, etcétera. Cuando se comienza a analizar la estructura de las redes no siempre debe hacerse de manera personal con cada individuo, sino que también es posible analizar los grupos, empresas, estados, etcétera, este tipo de análisis permitirá a los investigadores descubrir jerarquías complejas de poder, siendo el poder un punto importante dentro de esta investigación.

2.3.2. Proceso para el análisis de redes sociales

Antes de realizar un estudio sobre redes, es necesario comprender que, como es en casi cualquier otro método de investigación, hay que seguir un proceso. Para este caso, lo primero que se debe hacer es la delimitación de la red, que es algo similar a la determinación de la muestra, pero agregando los tipos de conexiones que los conectan.

Según Rodríguez (1995), existen dos aproximaciones principales para la delimitación de la red, la realista y la nominalista; la primera es en la que el investigador adopta el punto de vista de los actores al definir fronteras de la entidad social. En la nominalista, se impone un marco conceptual construido para servir a sus objetivos analíticos. Sin embargo, es común encontrar estudios en los que los autores combinan estos dos criterios al determinar los límites de la estructura.

Los analistas de redes sociales han utilizado normalmente dos formas para explicar los efectos limitantes o potenciadores de las redes; la primera es llamada

“relacional”, la cual se basa en las conexiones directas e indirectas entre los actores. La segunda se llama estrategia “posicional”, la cual se basa en la naturaleza de los ligámenes de los actores, pero no entre ellos sino en su relación con terceros (J. A. Rodríguez, 1995). Es importante señalar que la presente investigación se realizará de manera posicional debido a que lo que se quiere conocer y estudiar son las relaciones que tienen los actores con sus compañeros de trabajo.

El análisis de redes se fundamenta en que las relaciones que existen entre los actores pueden ser descritas por grafos, un conjunto de puntos (nodos) y sus uniones (vértices o aristas). Con esta representación se permite al investigador aplicar la teoría de los grafos, ya que se facilita la comprensión de las relaciones sociales (Restrepo *et al.*, 2016).

Otro de los conceptos clave en el análisis de redes, es el término de la “equivalencia estructural”, el cual se refiere a que dos o más actores son estructuralmente equivalentes debido a su relación con otros actores, ya que lo más importante en el análisis es la posición o rol que los actores ocupan dentro del sistema y a estas posiciones se les denomina “bloques” (J. A. Rodríguez, 1995).

El siguiente punto importante para el análisis de redes son los datos, los cuales se conocen como contactos, ligámenes y conexiones que relacionan a un actor o agente con otro y que no se pueden reducir a las propiedades de agentes individuales. Cabe resaltar que las relaciones no son propiedad de los agentes sino del sistema de agentes (J. A. Rodríguez, 1995).

2.3.3. Incorporación del análisis de redes en la investigación científica

Durante los últimos años, la incorporación del concepto análisis de redes sociales dentro de la investigación científica se ha incrementado notablemente, tal y como se puede observar en la Tabla 5, obtenida de un análisis de los resultados al realizar una búsqueda del tema *social network analysis* en la base de datos de Web of Science.

Tabla 17. Incorporación del análisis de redes en la investigación científica

Año de publicación	Número de registros	Porcentaje
2015	3,425	16.05 %
2014	2,631	12.33 %
2013	2,306	10.81 %
2012	1,923	9.01 %
2016	1,791	8.39 %
2011	1,611	7.55 %
2010	1,316	6.17 %
2009	1,054	4.92 %
2008	860	4.03 %
2007	655	3.07 %
2006	526	2.46 %

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar el incremento que ha tenido el tema de análisis de redes sociales en comparación con años anteriores, como dato extra al presentado en la Tabla 5 se encuentra en este análisis que el primer año en que aparece este tema es en 1980 y en ese año solamente se publicaron dos artículos, a partir de ese año la cantidad de publicaciones ha ido en aumento.

El estudio de las redes sociales no sólo se realiza dentro de las ciencias sociales, que son las que estudian profundamente a los individuos y sus relaciones, sino que durante los últimos años se ha visto una mayor tendencia dentro de otras áreas. Se ha realizado en Web of Science un análisis del que se ha obtenido que el área en que más publicaciones se tienen son en ciencias de la computación, seguido de economía y negocios, psicología, en cuarto lugar, sociología, seguido de otras. A

continuación, se describirán algunos de los principales artículos encontrados sobre las áreas más relevantes para la investigación.

En el área de la gestión de recursos humanos se encuentra que el análisis de redes sociales ha sido utilizado para explicar la circulación del conocimiento entre las personas en distintos estudios (Hollenbeck y Jamieson, 2015). Hay un estudio que tiene una gran importancia para la presente investigación, ya que en él se aborda el intercambio de conocimientos dentro de la organización mediante un análisis de redes sociales. En el artículo se resalta la postura de que el agrupamiento de los empleados influye directamente sobre el aprendizaje y, a su vez, el aprendizaje influye en la innovación dentro de la empresa (Giuliani y Bell, 2005). Se realiza un análisis de redes sociales con la finalidad de identificar los distintos roles cognitivos desempeñados por las empresas y del sistema de conocimientos de un clúster del vino en Chile.

Se encuentra otra investigación que también se realizó en Chile, pero en la gestión de los recursos naturales, en específico la estructura y propiedades de las redes sociales entre organizaciones gubernamentales implicadas en el uso y manejo de los recursos naturales del ecosistema marino como área natural protegida. Como objetivo se debe identificar el impacto que se tiene entre las redes de colaboración y las relaciones de transferencia de conocimientos científicos e información útil para la gestión de recursos naturales. Como resultados se obtiene una baja cohesión entre ambos, valores bajos de centralización, y la densidad de flujo indica una baja en las relaciones de colaboración e intercambio entre los grupos, sin embargo, la red de intercambio de conocimientos mostró niveles más altos de centralidad, lo que indica que entre los grupos existe un mayor intercambio de conocimientos que de colaboración entre agentes (Carcamo *et al.*, 2014).

Existen distintos artículos en los que se ha trabajado el tema de recursos humanos, como se puede identificar en uno de ellos en donde se estudia la cadena

de suministro con un análisis de redes sociales (Borgatti y Li, 2009). En otro estudio se analizan las relaciones de las empresas en proceso de internacionalización y su relación con agentes del mercado exterior (Monaghan, Gunnigle y Lavelle, 2014). Esta herramienta de análisis también ha sido utilizada para relacionar los esquemas cognitivos de 167 empleados en un centro de llamadas y su rendimiento dentro de la organización, cuyos resultados evidencian cómo sus esquemas cognitivos están fuertemente relacionados con su rendimiento en el trabajo (Morandin y Bergami, 2014).

La importancia de incluir el análisis de redes sociales para conocer cómo las empresas gestionan su conocimiento ha sido observado por investigadores, tal es el caso de un estudio en el que se pone de manifiesto que el conocimiento no solamente está en cada individuo, sino que también se expresa en las relaciones entre ellos (Kogut y Zander, 1992).

Por otra parte, el turismo también ha utilizado el análisis de redes sociales, ya que el turismo implica una red de organizaciones que interactúan con la finalidad de producir un servicio (N. Scott, Cooper, y Baggio, 2008). En Valencia se realiza una investigación que pretendió analizar los efectos de la gestión de redes sobre los beneficios percibidos de un evento deportivo. Se parte de una investigación de tipo cuantitativa a empresas turísticas, realizando una caracterización del tipo de redes mediante un análisis clúster obteniendo dos tipos de empresas: comportamiento activo (alto nivel de cooperación) y comportamiento pasivo (bajo nivel de cooperación), cuyo resultado fue que el comportamiento activo tiene mayores beneficios, principalmente económicos y de satisfacción global (Andreu Simó *et al.*, 2011). Un punto importante que se debe resaltar del artículo anterior es que dentro de los resultados se encuentra esa relación entre la gestión de las redes sociales y la satisfacción.

No sólo ha habido estudios en los que se analice a las organizaciones, también hay algunos otros en los que se estudia el comportamiento de los turistas, siendo el caso de uno realizado en Uruguay, donde se tiene el objetivo de analizar el gasto de los turistas y como resultados se destaca que las variables sociodemográficas juegan un papel muy importante en el tipo de alojamiento, destino y duración de la estancia (André y Rego, 2003). En otro estudio que se realiza en Australia, se analizan las relaciones que se generan entre los “mochileros” y determina que la principal razón por la que viajan es por la recomendación de conocidos que ya han viajado antes de esta manera y les ha gustado el destino (Murphy, 2001).

2.3.4. Redes de colaboración

Dentro del presente apartado, se comenzará a tratar el tema de las redes de colaboración, el cual surge a partir del análisis de redes como un complemento en donde éstas tienen un objetivo en común, ya sea obtener beneficios o lograr metas que gracias a estas alianzas será más fácil su cumplimiento.

Según la literatura, el estudio de las redes surge en 1930 (P. Hernández, 2012), y en la actualidad las funciones en la era de la información van cada vez más orientadas a la generación de redes como medio de organizar a la sociedad (Castells, 2001). Las redes son definidas como alianzas entre interesados con un objetivo de lograr resultados que se han acordado conjuntamente a través de la participación y la colaboración mutua (Sebastián, 2000).

Una red de colaboración puede estar organizada bajo una serie de distintos criterios dependiendo de la razón por la que se unan, ya sea para cuestiones de capacitación, para trabajar proyectos juntos, para solicitar apoyos, etcétera, y además pueden estar formadas de una manera formal o informal.

La colaboración entre las empresas se da de una manera más efectiva cuando éstas se encuentran localizadas geográficamente cerca ya que, pese al creciente uso

de las tecnologías y la correcta asimilación del conocimiento tácito, se ha demostrado que cuando las empresas están localizadas cerca una de otra la generación de redes de colaboración es más intensa y con mayor confianza entre ellas (Capó, Expósito y Masiá, 2007).

Se encuentran algunos factores que indican las razones por las que se crean las redes de colaboración entre las empresas, entre las más importantes destacan: reducir la incertidumbre, aprender de otras y asimilar las mejores prácticas, reducir los costes de transacción, conseguir mejoras en negociaciones con terceros, acordar, reconocer y mejorar estándares (DTI, 1998).

2.3.5. Metodología del análisis de las redes

La elección del tipo de relación que se desee buscar con el análisis, dependerá de la pregunta teórica formulada por el investigador, ya que algunos tipos de relaciones serán válidos para ciertas unidades sociales y para ciertos procesos y no para otros, sin embargo, existe un proceso que tiene en común cualquier tipo de análisis de redes el cual consiste, como primera instancia, en definir una población en concreto y uno o varios tipos de relaciones que los concretan con base en los objetivos de la investigación (J. A. Rodríguez, 1995).

El análisis de redes puede ser estudiado como una estructura social, para lo cual se fundamenta en la Teoría de los grafos y con ello identificar a las entidades o agentes como “nodos” o “vértices” y a las relaciones como “aristas” o “enlaces” (Muñoz, 2011). En la actualidad, para el análisis de redes sociales existen distintos programas tales como Anthonpac, Netminer, Pajek, Ucinet, Structure, Gradap, Multinet, entre otros.

Otros autores han medido la capacidad de relacionarse de las empresas de una manera distinta, es decir, lo hacen generando una escala de medida tipo Likert, en donde se plantean una serie de preguntas o supuestos sobre qué tanto la

organización mantiene contacto y confianza para colaborar de manera efectiva con otras (Blesa, Ripollés y Monferrer, 2008; Mojica, 2012).

Para la presente investigación, se realizarán mediciones de ambos tipos, una en la que se mida la capacidad de crear y mantener redes de colaboración entre las empresas del sector y otra en la que se analicen las redes que generan las mujeres que trabajan dentro de las Pymes turísticas para cuestiones de capacitación e intercambio de conocimiento con otros agentes, ya sean internos o externos a las organizaciones.

2.3.6. Principales estudios sobre el análisis de redes

Durante los últimos años, los estudios sobre el análisis de redes se ha incrementado notablemente, los más relevantes para el presente estudio son algunos que se han enfocado en el sector turístico (Andreu Simó *et al.*, 2011; André y Rego, 2003; Murphy, 2001; J. A. Rodríguez, 1995; N. Scott *et al.*, 2008; V. A. Vargas y Rodríguez, 2013). Se han generado otros trabajos en los que se analiza el papel que juegan las micro, pequeñas y medianas empresas cuando utilizan las redes de colaboración para verse beneficiadas en diferentes aspectos (Capó *et al.*, 2007; De Gortari, 2012; Díaz, Lorenzo y Solís, 2005; Liendo y Martínez, 2001), por último, se encuentran investigaciones que se realizan bajo un enfoque de género (Macías, 2016; Parella, 2003; Peña, 1998). A continuación se abordarán con un poco más de detalle cada una.

El estudio del análisis de redes ha tenido en algunas investigaciones un enfoque especial al tener como unidad de análisis a las micro, pequeñas y medianas empresas. Tal es el caso de una microempresa en Xochimilco, donde se construyeron alternativas de competitividad generando interacciones entre la ciudad y las áreas rurales (De Gortari, 2012).

Las Pymes son un elemento fundamental para la competitividad en América Latina, debido a que representan una gran mayoría del total de las empresas,

generando empleos y contribuyendo en gran medida al PIB de los países, sin embargo, son de naturaleza frágil, por lo que se realiza un estudio en el que se analizan los procesos clave para su permanencia en el mercado y bienestar, así como los mecanismos para la formación de redes (Díaz *et al.*, 2005).

La importancia de las Pymes es un hecho evidente, por lo que surgen diversos estudios que pretenden identificar los factores de éxito para las mismas. Dentro de una investigación se ha propuesto identificar la influencia que tiene la globalización sobre las economías locales, así como la importancia de la concentración geográfica de las empresas para incrementar su competitividad, se concluye que en estas concentraciones se establecen verdaderas comunidades de conocimiento, donde se genera y se intercambia, potencializando la innovación para aumentar sus ventajas competitivas (Capó *et al.*, 2007).

Es muy sabido que cada vez es más difícil para las Pymes permanecer en el mercado debido a su tamaño y dificultades operativas, por lo que surge el término de asociación como una herramienta de ayuda a estas dificultades. En otra investigación se analiza cómo estas empresas se adecuan a la realidad a través de la asociatividad (Liendo y Martínez, 2001).

Es evidente encontrar investigaciones en el sector turístico realizando un análisis de redes sociales, ya que el turismo implica una red de organizaciones que interactúan con la finalidad de producir un servicio (N. Scott *et al.*, 2008). En Valencia se realiza una investigación en la que se pretendió analizar los efectos de la gestión de redes sobre los beneficios percibidos de un evento deportivo. Se parte de una investigación de tipo cuantitativa a empresas turísticas, realizando una caracterización del tipo de redes mediante un análisis clúster obteniendo dos tipos de empresas: comportamiento activo (alto nivel de cooperación) y comportamiento pasivo (bajo nivel de cooperación), cuyos resultados fueron que el comportamiento activo tiene mayores beneficios, principalmente económicos y de satisfacción global

(Andreu Simó *et al.*, 2011). Un punto importante que se debe resaltar del artículo anterior es que dentro de los resultados se encuentra esa relación entre la gestión de las redes sociales y la satisfacción.

No sólo ha habido estudios en los que se analice a las organizaciones, también hay algunos otros en los que se estudia el comportamiento de los turistas, siendo el caso de uno realizado en Uruguay, en el que se tiene como objetivo analizar el gasto de los turistas y como resultados se destaca que las variables sociodemográficas juegan un papel muy importante en el tipo de alojamiento, destino y duración de la estancia (André y Rego, 2003). En otro estudio que se realiza en Australia, se analizan las relaciones que se generan entre los “mochileros” y determina que la principal razón por la que viajan es por la recomendación de conocidos que ya han viajado antes de esta manera y les ha gustado el destino (Murphy, 2001).

En el caso de México, también se han realizado algunos estudios turísticos en los que se hacen análisis de redes sociales, en uno se intenta probar que los actores del Pueblo Mágico de Calvillo tenían una escasa colaboración para la gestión turística y como resultado se obtiene que si existe una red integrada y amplia pero poco cohesionada ya que no hay colaboración entre el sector público y privado (V. A. Vargas y Rodríguez, 2013). En otro de los estudios se ha analizado la dinámica relacional en el Pueblo Mágico de Real de Asientos y los impactos que se han generado, como resultados se comprueba la eficacia de la herramienta metodológica y se realizan sugerencias de mejora para la política pública de ésta localidad (I. Rodríguez *et al.*, 2016).

Por último, se encuentra que no sólo se estudia el fenómeno turístico desde una perspectiva práctica, es decir, no solo se investiga los efectos de las relaciones entre las empresas turísticas y los turistas, sino que también existen estudios en los cuales se ha estudiado la epistemología de estudios de turismo y la relación que existe entre los investigadores del campo turístico (Tribe, 2010). Otro estudio que

aborda la parte de la investigación turística se enfoca en las relaciones que se generan entre grupos e investigadores del sector turístico, con la finalidad de analizar la colaboración científica en este campo. Para esto se elaboró un catálogo de grupos y se analizó la producción entre los años 2000 y 2010, como resultados se encontró que la incidencia de coautoría aumentó durante esta década, la colaboración fue mayor en las revistas más prestigiosas y la colaboración nacional e internacional fue la que más aumentó, mientras que la local fue la más frecuente (Corral y Cánoves, 2014).

Por otro lado, también se han generado estudios sobre mujeres aplicando el análisis de redes sociales, tal es el caso de un estudio que menciona que la violencia doméstica tiende a disminuir cuando las mujeres pueden contribuir económicamente al hogar, cuando alcanzan cierto nivel educativo y cuando tiene una participación al generar sus propias redes sociales con distintos agentes (Kaaber, 1998).

Otro estudio sobre este tema es uno en el que las mujeres generan redes de apoyo social con inmigrantes peruanas que residen en Sevilla. Como resultado se describen cuatro estrategias de construcción de una red: la incorporación de españoles; el reagrupamiento familiar; la concentración de funciones en unos pocos vínculos; y la utilización de grupos como unidades de apoyo. Se discute el papel de las redes de apoyo social en la decisión de emigrar y el proceso de adaptación (Jariego y Martínez, 1999). En otro estudio se analiza también el caso de inmigrantes, pero con el objetivo de examinar la experiencia migratoria y laboral de un grupo de mujeres. Se obtiene como resultado que es fundamental la generación de redes sociales con mujeres externas a la familia para conseguir empleo y atender necesidades cotidianas de la familiares (Fernández, Pablos, Wiesner y Reyes, 2002).

El área de la producción científica también ha sido un tema de investigación. Se realizó un estudio desde una perspectiva de género para identificar la presencia de mujeres en este contexto y se descubrió que existen redes de colaboración muy

fuertes entre autoras e instituciones, y el porcentaje de las mujeres que participaron en autoría fue predominante, con 90 % de la participación total de los artículos, no obstante, se evidenció un aumento en la colaboración entre ambos sexos (Almeida, Nolla y Jorge, 2007).

Continuando con el área de la producción científica, se ha encontrado un estudio del análisis de redes sociales en el cual se planteó como objetivo mostrar como la propia investigadora generaba y vinculaba sus redes entre individuos con los que se asocia para la realización de actividades laborales cotidianas.. Se observa la relación del conocimiento situado en gran parte por la misma investigadora con el tema del estudio sobre mujeres y trabajo desde una categorización de sus redes sociales del saber, redes de colaboración profesional y redes de trabajo cotidiano. Este estudio fue analizado respecto de su frecuencia de uso, con escalas de confianza, las estructuras que se generan y las redes sociales que le generan un mayor enriquecimiento científico (Macías, 2016).

Las redes sociales pueden ser vistas como un apoyo social para los individuos ya que permiten obtener un estado de bienestar relativo y alcanzar la superación de acontecimientos difíciles que se enfrentan en la vida, de lo cual se ha realizado una investigación en la que se tuvo como unidad de análisis a las mujeres que están dentro de un reclusorio, debido a que, por lo general, carecen de un apoyo social al ser abandonadas por su familia y amigos. El objetivo principal del estudio fue identificar las principales fuentes de apoyo de las mujeres e indagar si éste genera un impacto significativo sobre su bienestar físico y mental (Galván *et al.*, 2006).

Otro tema relevante en donde se incluye el análisis de redes sociales es dentro de las organizaciones para conocer cómo las empresas gestionan su conocimiento, tal es el caso de un estudio en el que se pone de manifiesto que el conocimiento no sólo está en cada individuo, sino que también se expresa en las relaciones entre ellos (Kogut y Zander, 1992).

En el área de la gestión de recursos humanos se encuentra que el análisis de redes sociales ha sido utilizado para explicar la circulación del conocimiento entre las personas en distintos estudios (Hollenbeck y Jamieson, 2015). Hay un estudio que tiene una gran importancia para la presente investigación, ya que aborda el intercambio de conocimientos dentro de la organización mediante un análisis de redes sociales; resalta la postura de que el agrupamiento de los empleados influye directamente sobre el aprendizaje y, a su vez, el aprendizaje influye en la innovación dentro de la empresa (Giuliani y Bell, 2005). Se realiza un análisis de redes sociales con la finalidad de identificar los distintos roles cognitivos desempeñados por las empresas y del sistema de conocimientos de un clúster del vino en Chile.

Otro estudio en el que se utiliza como método principal el análisis de redes sociales es uno que pretende identificar las relaciones entre autores de una revista cubana. Plantea como objetivo principal identificar a los autores más relevantes en materia de cooperación e intercambio de conocimientos y sus relaciones de colaboración más frecuentes. Obtuvo como resultado que estas relaciones facilitan la comprensión de los cambios que se deben realizar para mejorar su acceso a esta actividad (Pérez y Basnuevo, 2009).

A partir de los estudios analizados anteriormente, se elabora la Figura 1 en la que se identifica que las relaciones que se generan entre el sector turístico son principalmente entre empresas del sector o el gobierno con el propósito de obtener una ventaja competitiva o mejorar su situación actual. Mientras que las relaciones en los estudios de las mujeres se realizan principalmente desde ellas hacia otras personas (hombres y mujeres) que se encuentran en un rango o situación similar, con la finalidad de hacer frente a alguna problemática o situación en específico.

3.4. Satisfacción laboral

El trabajo para los seres humanos juega un papel muy importante, ya que por medio de éste los individuos obtienen ingresos para su sustento diario, la mayoría de las

personas pasan en promedio ocho horas trabajando y, sin embargo, es hasta la era moderna cuando comienzan los principales estudios sobre el trabajo desde un punto de vista científico.

El trabajo puede ser definido como una actividad remunerada que realiza el ser humano. En la época actual existe una gran preocupación por mejorar el entorno laboral, con la finalidad de que los trabajadores se encuentren lo más satisfechos posible, que sientan un sentido de pertenencia en la empresa y que de esta manera generen mejores resultados para la organización y sus clientes.

La satisfacción laboral es un término utilizado por el investigador Hoppock en el año de 1935, quien por primera vez publica un estudio enfocado en la satisfacción laboral. Como resultados, obtuvo que los factores que tienen una mayor influencia sobre la satisfacción son la fatiga, la monotonía, la supervisión, y las condiciones de trabajo (Hoppock, 1935).

La satisfacción laboral ha sido uno de los indicadores básicos cuando en la organización se desea conocer la actitud general que tienen los individuos hacia su trabajo, esto debido a que el grado de satisfacción pudiera afectar la calidad del trabajo que desempeñan los colaboradores en su puesto (Gil-Monte, 2014). En la actualidad, las organizaciones han reconocido que el recurso humano es uno de los activos más importantes debido a que contribuye en el aseguramiento de resultados y esto representa una gran ventaja competitiva, de ahí la necesidad de contar con trabajadores cada vez más satisfechos (Salanova, Llorens, Cifre y Martínez, 2012b).

2.4.1. Conceptualización de satisfacción laboral

El estudio de la satisfacción laboral tiene sus orígenes en la Teoría de las Relaciones Humanas propuesta por Elton Mayo en 1930, la cual surge debido a la necesidad de humanizar y democratizar la administración, incrementando su estudio y

profundidad gracias al desarrollo de las ciencias sociales, especialmente la psicología y muy particularmente la psicología del trabajo.

La Teoría de las Relaciones Humanas está basada en el experimento de Hawthorne realizado entre los años de 1924 y 1927 dirigido por Mayo, en donde se buscó verificar una correlación entre productividad y la iluminación en el lugar de trabajo, los investigadores descubrieron que los resultados del experimento eran afectados por variables de naturaleza psicológica (Chiavenato, 2006).

La satisfacción laboral como concepto surge dentro de la investigación de Hawthorne (Muchinsky, 2006). Sin embargo, este concepto es definido por primera vez por Hoppock como una combinación de características psicológicas, físicas y eventos ambientales de su trabajo para de esta manera lograr la obtención de satisfacción o estar satisfecho en el lugar de trabajo (Basol, 2016). Mientras que para Locke (1969) es considerado como un estado emocional positivo o placentero que resulta de la percepción subjetiva de las experiencias laborales de cada persona, ésta ha sido una de las definiciones más aceptadas en las investigaciones sobre el tema. .

Diversos autores han coincidido en que la satisfacción laboral puede ser vista como una actitud o un conjunto de actitudes que se tiene ante el trabajo, considerando lo que el sujeto piensa de sí mismo y las actitudes y sentimientos que se generan a partir de ello, en donde también se involucran aspectos o facetas del trabajo como, por ejemplo, el sueldo, la supervisión, promoción, etcétera (Boluarte y Merino, 2015; Gil-Monte, 2014).

Otra definición similar a la anterior es la que dice que la satisfacción laboral es vista como una actitud presenta un trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud se basa en las creencias y valores que se desarrollan dentro del trabajo y son determinadas por las características actuales del puesto y la percepción de lo que debería de ser (Martínez S., 2008).

La satisfacción laboral también puede considerarse como un estado emocional consecuencia de comparar los resultados deseados con los obtenidos, de tal forma que cuando llegase a existir un alto ajuste entre esos resultados, el trabajador debería tener un alto nivel de satisfacción laboral (Gil-Monte, 2014).

Para otros autores, la satisfacción laboral está definida por dos elementos: las circunstancias extrínsecas (trabajo rutinario, políticas de la empresa) y las circunstancias intrínsecas (salario, seguridad en el trabajo). Según los autores debe existir una adecuada conjugación de estas dos para que exista una satisfacción laboral (Herzberg, Mausner y Snyderman, 1959). Sin embargo, existe una postura distinta que afirma que debe existir por fuerza una satisfacción intrínseca para que se pueda dar una satisfacción laboral (D'Anello, Marcano y Guerra, 2003).

2.4.2. Teorías de las causas de la satisfacción en el trabajo

Desde que se comienza a estudiar la satisfacción laboral, surgen distintas posturas sobre los factores que tienen un efecto sobre la satisfacción, al respecto Furnham (2001) divide estos factores en tres grandes grupos:

- Políticas y procedimientos organizacionales.
- Aspectos específicos del trabajo.
- Características personales.

El primer grupo de políticas y procedimientos organizacionales se refiere a los aspectos del sistema como, por ejemplo, las recompensas, la supervisión y las prácticas de toma de decisiones. Dentro del segundo grupo se toman en cuenta factores como la carga de trabajo, habilidades y retroalimentación, y por último, en el tercer grupo se habla de características personales como la autoestima, la capacidad de tolerar el estrés y la satisfacción general en la vida (Furnham, 2001).

2.4.3. Teoría de Locke

El investigador Locke (1984) realizó estudios que proponen que la satisfacción laboral puede aumentar con ocho factores principales, pero se omite la función moderadora de los efectos que tiene la personalidad del individuo y se ha centrado solamente en los factores sociológicos y organizacionales.

El primer factor que propone es el trabajo, el cual se potencializa con las funciones de reclutamiento, selección, colocación, enriquecimiento del puesto, establecimiento de objetivos y la participación en la toma de decisiones. Se generan valores de placer, crecimiento y autoestima.

El segundo factor es el de sueldo y prestaciones, éste cubre la necesidad de justicia y satisfacción de las necesidades; el tercer factor propuesto es el de promociones, que se potencializa con incentivos con base en méritos y genera un valor de equidad; el siguiente valor se encuentra bastante relacionado con el anterior, ya que se refiere al reconocimiento y fomenta los valores de justicia y visibilidad. El quinto factor son las condiciones de trabajo y abarca cuestiones muy generales tales como los recursos, las horas de trabajo, los turnos, condiciones físicas de la empresa y privacidad.

Los tres últimos factores se refieren a las relaciones sociales con actores de su entorno, como lo son compañeros de trabajo, subordinados, supervisores, administradores y sindicatos. Estos aspectos satisfacen los valores de amistad, ayuda en el trabajo y autoestima (Locke, 1984).

2.4.3.1. Teoría de los dos factores de Herzberg

Los autores Herzberg *et al.* (1957) realizaron investigaciones sobre la relación entre satisfacción laboral y desempeño, dentro de las publicaciones que encuentran se observa que no existe ninguna relación entre estas dos variables, y descubren que, por otro lado, sí había una relación sistémica entre las actitudes de los trabajadores

y su comportamiento. Después de lo anterior, los autores comprueban la relación entre satisfacción y desempeño y con base en esto surge una teoría llamada de los dos factores.

Según esta teoría, las personas tienen dos tipos de necesidades, unas denominadas de higiene y las segundas de motivación, los autores plantean que estos dos tipos de necesidades son satisfechas por diferentes tipos de resultados o recompensas.

Los factores o recompensas que se relacionan con la necesidad de higiene son supervisión, relaciones interpersonales, condiciones físicas de trabajo, salario, políticas empresariales, prácticas administrativas, prestaciones y seguridad laboral. Los satisfactores relacionados con la necesidad de motivación son logro, reconocimiento, trabajo, responsabilidad y ascenso. Como se puede observar, los factores de higiene se relacionan con el contexto laboral y los de motivación son las consecuencias del trabajo.

2.4.3.2. Teoría del aprendizaje social

La teoría del aprendizaje social tiene sus orígenes en el modelo propuesto por Lawler (1973), debido a que la satisfacción o insatisfacción en el trabajo se genera a partir de dos aspectos: la percepción de la cantidad que debería ser percibida y la percepción que se tiene de lo que es recibido. Estos dos aspectos, a su vez, se generan a partir de las contribuciones y resultados de los otros y la percepción de los resultados de los otros.

Esta teoría asegura que los trabajadores utilizan a otras personas como fuentes de información para elegir las actitudes y comportamientos adecuados al realizar su trabajo dentro de la empresa, ya que las actitudes de los colaboradores son, en cierta parte, moldeadas e influenciadas por los otros compañeros. Por lo

tanto esta teoría sostiene que la satisfacción laboral no es determinada de manera interna, sino externa (Furnham, 2001).

Sobre esta teoría se realiza un estudio en el que los investigadores muestran a un grupo de trabajadores un video instructivo, en donde se observan las manos de un aprendiz que ensamblaba un circuito eléctrico y mientras la voz del entrenador le explicaba los pasos el hombre hace comentarios positivos sobre la tarea y en otra parte hace comentarios negativos sobre la misma tarea. Se observa que los trabajadores que escuchan la parte en donde se hacen comentarios positivos se encuentran más satisfechos en su trabajo, en cambio, los otros muestran una actitud negativa hacia la misma actividad (Weiss y Shaw, 1979).

El aprendizaje social es un medio con el que las personas desarrollan actitudes ante el ambiente en general, no sólo dentro de la empresa o en ambientes laborales. De igual forma, todos cuentan con la capacidad de imitar el comportamiento, sin embargo, no todos pueden llegar a ser vistos como un modelo a imitar (Furnham, 2001).

2.4.4. Principales estudios sobre satisfacción laboral

Los estudios sobre satisfacción laboral han venido en aumento durante los últimos años, según datos de las principales fuentes de consulta de artículos académicos, entre las principales áreas que han estudiado sobre el tema se encuentran en primer lugar la psicología, la administración, la salud y la educación. A continuación, se presentan los principales estudios sobre satisfacción laboral que aportan un mayor conocimiento a la presente investigación.

La literatura sobre satisfacción laboral, como ya se ha mencionado, la aborda desde diversos enfoques, por lo que se ha vinculado con variables psicológicas, organizacionales y económicas, sin embargo, en nuestro país se realiza un estudio en el que se ha relacionado con aspectos ergonómicos en la industria manufacturera.

Tuvo como modelo predictor la satisfacción laboral como variable independiente de factores ergoambientales, los resultados sugieren que estos factores se relacionan de manera positiva y significativa con la satisfacción (Escobedo, Hernández y Rico, 2016).

Otros estudios sobre la satisfacción laboral también se han encontrado en el ámbito turístico, siendo el caso de una investigación que se realiza en Cuba, donde se mide la satisfacción laboral dentro de los hoteles, considerando dos elementos fundamentales: liderazgo y motivación (Amaro, González y Pérez, 2015).

El capital humano es visto como un elemento clave para lograr objetivos de competitividad y crecimiento en el sector turístico, al respecto hay un estudio en el que con base en los datos más recientes de la Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo, se analizan tres aspectos fundamentales: el rendimiento educativo, los puestos de trabajo que ocupan y su relación con el salario, y la relación de estas variables con la satisfacción laboral (Lillo y Casado, 2011).

Durante los últimos años, el tema de la satisfacción laboral se ha incrementado y en algunos estudios se le ha dado un enfoque de género, como los artículos presentados por Bellou, 2010; Cabrera, 2009; Idrovo Carlier y Leyva Townsend, 2014. Existe otro estudio en el que los autores se enfocan en la satisfacción laboral de las mujeres dentro de la industria hotelera en República de Corea, obteniendo como resultado que el estrés de rol tiene un efecto significativo sobre la satisfacción laboral (Kim, Murrmann y Lee, 2009).

En Colombia se realiza un estudio para conocer cómo las mujeres perciben el éxito y la satisfacción en su vida personal y laboral. Como resultado, se obtuvo que la satisfacción en aspectos personales o laborales se ve afectada por la percepción de limitación en otro ámbito; las mujeres con una mayor edad y antigüedad presentan una mayor satisfacción (Carlier y Townsend, 2014).

Otro estudio, que parte del modelo de las carencias del trabajador, se plantea analizar si existen diferencias en la percepción de la satisfacción laboral entre los trabajadores, encontrando como resultado que los niveles más altos de satisfacción se presentaba en las mujeres y en personas con una mayor antigüedad en la empresa (Martín, 2008).

2.4.5. Medición de la satisfacción laboral

La evaluación de la satisfacción laboral permite conocer y explicar varios resultados conductuales del trabajador, como lo es su desempeño laboral, y a nivel mundial existe una gran cantidad de propuestas para medir la satisfacción en la empresa (Boluarte y Merino, 2015). Dentro del presente estudio se le ha dado un lugar importante a la medición de la satisfacción laboral para lograr determinar en qué grado las mujeres que laboran dentro de las empresas turísticas se encuentran satisfechas con el trabajo que realizan dentro de la organización.

Existen algunos métodos para medir la satisfacción laboral en el lugar de trabajo, uno es la propuesta de Álvarez Santos, que consta de cinco etapas, las cuales integran la concepción estratégica para la organización y la gestión de recursos humanos y la mejora continua. Este método ha permitido la identificación de los factores que afectan la satisfacción en los trabajadores de hospitales (Álvarez, Guzmán, Hernández, Álvarez y Galcerán, 2016).

Para medir la satisfacción laboral se han creado distintos modelos, uno de ellos es el propuesto por Salanova *et al.* (2012), llamado Healthy y Resilient Organization, considerado como un modelo de mediación multinivel entre las variables satisfacción laboral y ciudadanía organizacional (Salanova, Llorens, Cifre, y Martínez, 2012a). Otro modelo es el de Sánchez *et al.* (2014), éste tiene su fundamento en la Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo del año 2010 creada por el Ministerio de Trabajo e Inmigración de España, utilizando como metodología la regresión *stepwise*, se tuvieron como variables la motivación, organización del

trabajo, salario, jornada, valoración de los superiores, estabilidad, desarrollo personal, vacaciones y permisos (Sánchez, 2014).

Existe un cuestionario diseñado para medir la satisfacción laboral (S20/23), éste toma en cuenta las restricciones motivacionales y temporales a las que están frecuentemente expuestos los individuos en contextos organizacionales. Este cuestionario cuenta con cinco dimensiones: satisfacción con la supervisión, satisfacción con el ambiente físico, satisfacción con las prestaciones recibidas, satisfacción intrínseca del trabajo y satisfacción con la participación. Se aplica a una muestra de 155 sujetos miembros de organizaciones formales, como resultado se obtiene una validez y fiabilidad del instrumento.

A continuación se describe una de las escalas más completas encontradas en la revisión de la literatura, ya que mide la satisfacción laboral en tres dimensiones; intrínseca, extrínseca y general. Esta escala está basada en la teoría de los factores higiénicos de Herzberg y es denominada con las siglas WCW debido a los autores que la crearon (Warr, Cook y Wall, 1979). La escala cuenta con 16 ítems que se dividen en dos dimensiones: satisfacción intrínseca y satisfacción extrínseca.

Algunos autores como Pérez-Bilbao y Fidalgo (1995), han traducido al español la escala original de Warr, Cook y Wall y la han aplicado y validado en Barcelona, España. Años después, Boluarte y Merino (2015) utilizan la escala traducida y la evalúan en un contexto latinoamericano dentro de una institución especializada en rehabilitación y como resultados se obtuvo que la escala es válida y es confiable (Boluarte Carbajal y Merino Soto, 2015).

Otros autores han realizado una adaptación de esta escala, considerando solamente 10 ítems. En el estudio de Hills, Joice y Humphreys (2011), se aplica el instrumento en 9,900 médicos australianos que trabajan en el sector público, privado o ambos, como resultado se obtuvo que los médicos australianos experimentaron

altos niveles de satisfacción laboral global, teniendo algunas variaciones con respecto al área geográfica y las horas trabajadas por semana, además de esto se obtuvo que la escala adaptada es válida y confiable (Goetz, Campbell, Bjoern Broge, Willms y Szecsenyi, 2011).

Sin embargo, existe un estudio en el que se afirma que la WCW, en su versión breve, ha carecido de evidencia suficiente para evaluar la validez del instrumento, además de que en la mayoría de los estudios que han utilizado esta escala se comprueba que existe una fuerte correlación entre las sub escalas de satisfacción intrínseca y satisfacción extrínseca, por lo tanto, para diferenciar estos dos tipos de satisfacciones este problema ha sido observado también en diversos estudios y escalas que pretenden medir la satisfacción laboral (Boluarte y Merino, 2015),

Por lo tanto, para la presente investigación la escala que se utilizará es la propuesta por Warr, Cook y Wall (1979), debido a que es una de las que ha tenido un mayor número de citas de diferentes autores y además se ha probado y validado en distintos contextos, algunos de ellos han sido en nuestro país (Dipp, Flores y Gutiérrez, 2010), asimismo se ha utilizado en estudios sobre diferencias de género (Moreno, Ríos, Canto, San Martín y Perles, 2010) y se ha aplicado en empresas del sector turístico (Ledezma y Pedraza, 2010).

3.5. Marco contextual

2.5.1. Contextualización de las Pymes

En la actualidad, el sector empresarial tiene un papel fundamental para el óptimo desarrollo económico del mercado debido principalmente a que dicho sector es el principal generador de empleos y de inversiones. Por lo anterior, surge una serie de nuevos paradigmas tecnológicos, productivos y organizacionales en los que se redefinen puntos importantes en la actuación y los procesos a seguir de los agentes económicos.

En este sentido, al considerar como unidad de estudio las micro, pequeñas y medianas empresas, no se debe dejar de lado que son estas organizaciones las más vulnerables dentro del modelo de mercado actual, sin embargo, estas empresas cuentan con una serie de características propias que les permite tener una mayor flexibilidad y dinamismo en sus formas de trabajar, lo cual les permite adaptarse al entorno de un mercado en constante cambio.

2.5.2. Micro, pequeñas y medianas empresas

Las micro, pequeñas y medianas empresas son organizaciones económicas que tienen la función principal de realizar actividades de distintos sectores como lo es el industrial, el comercial y el de servicios, al combinar capital, factor humano y medios productivos que generan bienes y/o servicios destinados a satisfacer las necesidades de los consumidores (Jaramillo, 2005).

El papel que las Mipymes juegan para las economías de los países es realmente importante, ya que figuran como motor de crecimiento económico, la reducción de la pobreza y como un generador de empleos en las comunidades, por ejemplo, se ha documentado el impacto de estas empresas en Estados Unidos, Alemania, Japón, Colombia, República Dominicana, México, entre otros.

Las pequeñas y medianas empresas presentan grandes diferencias ante las organizaciones de mayor tamaño, dichas características son, usualmente, la mentalidad de los dueños o gerentes, recursos, estrategias informales, estructuras flexibles (Hudson, Smart y Bourne, 2002; Li, 2003, y Terziovski, 2010). Como consecuencia de esto The United States Small Business Administration encontró que en Estados Unidos 24% de estas empresas fracasan en los dos primeros años y 63 % fracasarán dentro de seis años. Tasas similares de cierre, deserción o fracaso de las Mipymes ha sido observado en países como Australia, Reino Unido, Japón, Taiwan, Hong Kong (Lu y Beamish, 1999) y en República Dominicana (Ortiz, 2013).

Para el caso de las Mipymes en América Latina, según Cubillo (1997), se enfrentan a grandes retos en la medida en que deben competir en economías con una creciente vinculación con el comercio o el intercambio exterior, una competencia cada vez más posible para posicionarse y articularse en el microambiente, tener el manejo del conocimiento y la información como ingrediente central de una gestión empresarial para sobrevivir dentro de un mundo globalizado.

2.5.3. El papel de las micro, pequeñas y medianas empresas en México

En México, las micro, pequeñas y medianas empresas juegan un papel muy importante ya que hacen un gran aporte a la economía nacional al generar 52 % del Producto Interno Bruto (PIB) y 72 % de empleos en México (ProMéxico, 2014), es por esto que las Mipymes son vistas como la columna vertebral de la economía nacional, esto derivado de los acuerdos comerciales que ha tenido nuestro país durante los últimos años, y respaldado en el impacto de la generación de empleos y en la producción nacional (García y Chávez, 2017).

Según estimaciones de ProMéxico (2016), las micro, pequeñas y medianas empresas presentan algunas ventajas entre las que destaca que son un motor importante para el país, asimilan y adaptan el uso de tecnologías, tienen una gran movilidad permitiéndose cambiar los procesos técnicos de la planta, son dinámicas y tienen la posibilidad de convertirse en una empresa grande, tienen una gran capacidad como generadoras de empleos ya que acogen a una proporción importante de la población económicamente activa en México.

Además de profundizar en la importancia que tienen en nuestro país las Mipymes, se considera fundamental realizar un análisis de la manera en cómo son medidas y consideradas estas empresas en México, debido a que esta clasificación varía entre cada país (Tabla 6) .

Tabla 18. Clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6 %
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93 %
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95 %
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235 %
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250 %

Fuente: Nacional Financiera (2008).

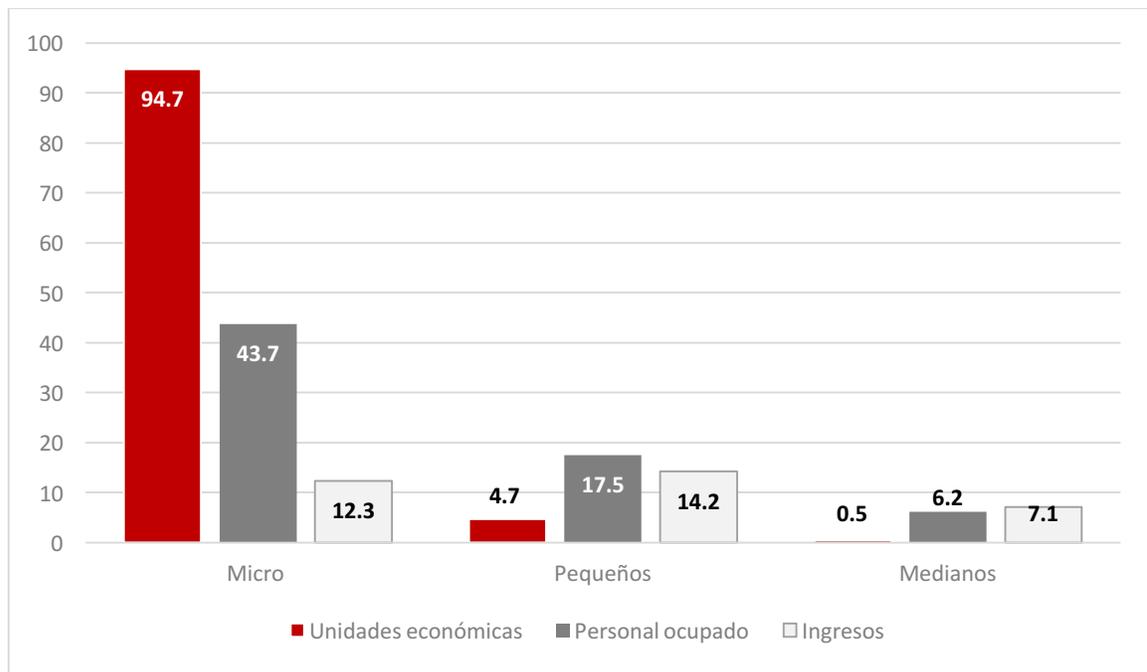
Como se observa en la Tabla 6, existe una clasificación dependiendo el número de empleados, otra por el volumen de las ventas y una tercera forma de clasificarlas considerando estos dos aspectos de manera combinada, por lo que a continuación se presenta una fórmula que permite determinar, a manera de porcentaje, el tamaño de la empresa, dicho valor deberá ser igual o menor al tope máximo dentro de su categoría presentada en la Tabla 6.

$$\text{Puntaje de la empresa} = (\text{número de trabajadores} \times 10 \%) + (\text{monto de ventas anuales} \times 90 \%)$$

Después de plantear la manera en la que se pueden clasificar las Mipymes dependiendo de cada sector, se concluye que para la presente investigación se tomará en cuenta la propuesta por el número de empleados, esto debido a que es complicado que los empresarios proporcionen la información sobre el volumen de ventas de sus organizaciones.

Otro punto importante dentro de este capítulo es enfatizar que la investigación se lleva a cabo en el sector servicios, en específico en el de servicios turísticos, por lo que a continuación se realiza un análisis sobre este sector.

Figura 33. Características principales por tamaño del sector servicios



Fuente: Elaboración propia con base en el INEGI (2009).

En la Figura 15 se puede observar que del total de 1,367,287 establecimientos de servicios registrados en el último censo del INEGI, 99.9 % del total de establecimientos son micro, pequeños o medianos, lo que una vez más demuestra la importancia de estas empresas en México. Debido a la gran importancia que han tenido las Pymes en nuestro país, se ha generado una gran cantidad de investigaciones sobre distintos temas que se involucran directa o indirectamente a las Pymes.

El tema del financiamiento ha sido una de las partes más estudiadas a casusa de la vulnerabilidad financiera a la que se enfrentan las empresas (López, 2015). Sin

embargo, existe una gran preocupación por distintos agentes por apoyar económicamente a la creación y desarrollo de las Pymes, siendo el caso de la banca comercial en México, que según un estudio realizado por Padilla y Fenton (2013), existe evidencia de un creciente interés por ampliar el crédito de estas empresas.

Por su parte, el autor Andrade (2003) ha encontrado cinco variables principales para que una pequeña o mediana empresa sea realmente competitiva. Comienza con una investigación de cómo se han venido desarrollando las empresas en México, desde los años cincuenta hasta nuestros días. Después de esto obtiene como hallazgo principal que las variables de mejora continua en los procesos, disminución del tiempo de los ciclos operacionales, integración de los factores de competitividad, satisfacción del comprador y fusión de los atributos del producto con los deseos del comprador, han sido la clave para que las Pymes se encuentren siempre bien posicionadas dentro del mercado.

Otro factor muy importante que se debe considerar como clave para el éxito de las empresas, es el papel que juega el dueño y/o director dentro de la organización, ya que en su mayoría son empresas familiares y son ellos los únicos que toman y comunican decisiones importantes para la empresa, así como también deciden quién y en qué cantidad tiene acceso a la información de la empresa (Rodríguez, 2007). Todo esto limita a la empresa a tener un buen crecimiento, ya que no siempre las decisiones que se toman son las correctas puesto que, en la mayoría de las veces, los dueños no tienen los conocimientos suficientes para dirigir la empresa.

2.5.4. Participación de las mujeres dentro de las Mipymes turísticas

La vida de las mujeres se ha venido transformando con el paso de los años, ya que durante las últimas décadas realizan actividades que anteriormente sólo las hacían los hombres. En la literatura existe cierto consenso respecto a que el turismo tiene un impacto más positivo que negativo en el caso de las mujeres, pues con las nuevas

oportunidades de empleo para ellas se abren también las posibilidades de romper con la dependencia económica familiar y la autoridad patriarcal (De Kadt, 1979; Mathieson y Wall, 1990). Se han documentado casos donde las familias de las mujeres las empujan a buscar trabajo, con el fin de generar un ingreso complementario al del padre o esposo (Reynoso y Regt, 1979).

Para los asiáticos, el tema de la contribución que hacen las mujeres dentro de las empresas ha sido discutido en bastantes ocasiones, según el autor Spinder (2010), quien realizó investigaciones con mujeres que laboraban en empresas familiares y en empresas particulares, se enfocó en descubrir las responsabilidades que tienen en el hogar y dentro del negocio, además de los factores culturales que se involucran en la empresa.

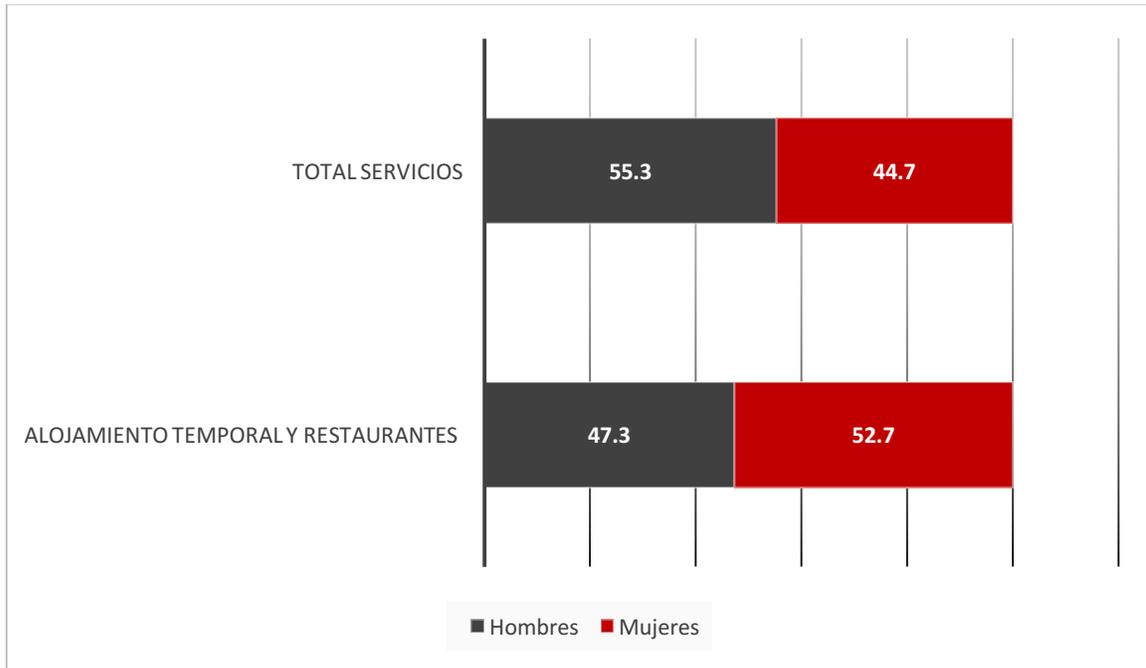
Uno de los temas más importantes para este caso son las mujeres que dirigen empresas turísticas –al igual que en nuestro país–. Por ejemplo, en República Dominicana se ha ido incrementando la participación de las mujeres en puestos importantes dentro de las empresas turísticas. Según los autores Lauren y Duffi, después de considerar la opinión de los residentes de 12 comunidades costeras el resultado fue que ven al empleo turístico de las mujeres como una fuente de oportunidades, ya que ganan independencia económica y social.

Por su parte, en Venezuela también se ha estudiado sobre el tema de las mujeres dentro de las empresas y el puesto que ocupan. Se realizó un estudio donde se diagnostica la fuerza laboral femenina en la Isla de Margarita, concluyendo que “las mujeres tienen una importante participación y ocupan más de la mitad del total de empleos y puestos, principalmente en los de cargo medio y alto, y poseen la preparación necesaria para ejercerlos (Moreno y Lunar, 2006).

En México, la importancia de la inclusión de las mujeres en el trabajo dentro de las Pymes ha ido en aumento, esto se puede observar en la Figura 16 en donde

las mujeres tienen una mayor participación que los hombres dentro de las empresas de servicios turísticos.

Figura 34. Comparativo de la participación de hombres y mujeres en el sector servicios



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2009).

Debido a la importancia que ha tenido la participación de las mujeres dentro de las empresas, ha habido diversos estudios enfocados en el tema del empoderamiento de la mujer en empresas turísticas, muestra de ello es un estudio que se realizó en las bahías de Huatulco, donde se determina el nivel de empoderamiento de género alcanzado por las mujeres en empresas privadas y por las que participan en empresas con una base comunitaria.

En su investigación, las autoras Fernández y Barón plantearon como hipótesis que la estructura de la empresa influye en el proceso de empoderamiento de las mujeres y su participación en ella, realizaron una metodología mixta que consta de encuestas, entrevistas y observación. Habiendo obtenido como resultados que las

mujeres que participan en empresas con una estructura comunitaria tuvieron un mayor nivel de empoderamiento que las mujeres que laboran en una empresa privada.

Continuando con los estudios realizados en nuestro país sobre la participación de las mujeres en las empresas turísticas, la autora Isis Díaz aporta dos investigaciones importantes: la primera es en relación con la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas, donde después de haber sido declarada como Área Natural Protegida los habitantes se encuentran en la necesidad de cambiar su estilo de vida, dando paso a la creación de espacios para las mujeres en actividades dentro de empresas turísticas.

Por otra parte, la misma autora nos aporta una investigación realizada en Jacumulco, donde se analizó la participación de las mujeres en el turismo de aventura, obteniendo como resultado una alta participación de las mujeres en negocios propios que dirigen, al mismo tiempo que hacen las labores del hogar y la crianza de los hijos. Un dato interesante fue que gran parte de las mujeres empresarias se dedican a la elaboración de artesanías desde casa, con la finalidad de no descuidar sus actividades como amas de casa.

La autora Eugenia Bayona (2013) realizó un estudio en los Altos de Chiapas con las mujeres indígenas que se dedican a la elaboración y comercialización de piezas textiles que actualmente se han considerado artesanales. Lo que se observó en la investigación es la creación de un complejo mercado en el que se entrelazan las tejedoras, distribuidoras y comerciantes, teniendo siempre a la mujer como protagonista. Lo anterior es una parte importante para la investigación que se realizará en Aguascalientes ya que se pretende conocer si existe algún tipo de redes de cooperación formadas por mujeres empresarias en el ámbito turístico.

Con base en lo anterior, se puede decir que las mujeres juegan un papel muy importante dentro de las empresas turísticas ya que, según datos del INEGI (2014), de las personas que se encuentra económicamente activas en el estado de Aguascalientes, las actividades en las que las mujeres tienen una mayor participación son en las de servicios, área en la que se encuentra inmerso el turismo.

2.5.5. Mipymes en el sector turístico

En nuestro país, el sector turístico es uno de los más importantes, ya que es la tercera fuente de ingresos de divisas en México, puesto que genera 7.5 millones de empleos directos e indirectos (Marón, 2011). A su vez, el país se encuentra en el sitio 43 del Índice de Competitividad Turística y en el décimo en cuanto a destino turístico, por lo que es muy importante que los empresarios que se encuentran a cargo de las Pymes turísticas mejoren sus indicadores de competitividad para así generar un valor agregado en los servicios que se ofrecen y no quedarse con la belleza de los paisajes o la riqueza cultural con la que se cuenta. Por lo tanto, deben ser innovadores dentro de las organizaciones, sobre esto se ha encontrado un estudio en el que se encuestan a Pymes del sector hotelero en los estados de Puebla y Oaxaca, obteniendo como resultado una gran relación entre la mercadotecnia y la innovación organizacional como una ventaja competitiva sostenible.

Por otra parte, existe un área que se debe considerar para que exista un crecimiento del sector turístico, ya que México es un país en desarrollo que, además de esto, cuenta con una gran riqueza tanto natural como cultural, posicionándose como el país de América Latina con más reconocimientos en el listado de Patrimonio Mundial y el sexto país a nivel mundial. Por lo que se considera que en nuestro país el turismo ha sido un factor muy importante para el crecimiento económico, así como también para la generación de empleos (UNESCO, 2015). Según el autor Gössling (2000), han sido muchos los países en desarrollo que han apostado por fomentar la actividad turística para activar sus procesos de desarrollo

socioeconómico, y más aún si se considera que el turismo constituye una estrategia de desarrollo de bajo impacto y de escaso consumo de factores productivos, en comparación con otras actividades productivas, por lo que es realmente importante crear estrategias en las que se apoye a las Pymes turísticas ya existentes, así como a las de nueva creación.

Se ha realizado un estudio en el que se planteó una investigación sobre la importancia del turismo para el desarrollo del país, lo cual se considera relevante debido a que se han identificado nuevas oportunidades, las cuales se pueden observar con los cambios ocasionados por la globalización y que han beneficiado al sector turístico en los países en desarrollo, como es el caso de México (Tejada y Moreno, 2013).

En el caso específico de la presente investigación es importante conocer el perfil de las mujeres que dirigen las pequeñas y medianas empresas dentro del estado de Aguascalientes, y sobre este tema se ha realizado un estudio en los Emiratos Árabes con la finalidad de conocer el perfil de los dueños y gerentes de los pequeños y medianos hoteles, así como los desafíos a los que se enfrentaron al poner en marcha estos proyectos.

Se obtuvo como resultado que eran hombres jóvenes los que tenían varias características en común, tales como seguridad en sí mismos, deseos por tener independencia financiera, contaban con un nivel superior de educación, y cualidades como la perseverancia y la motivación en cuestiones empresariales. Para el caso de nuestro país, los resultados que se pretenden lograr es que el perfil de los empresarios difiera en cuanto al género, ya que en los Emiratos Árabes son en su mayoría hombres y el presente estudio se enfoca en las mujeres, además de determinar si existe algún tipo de redes de cooperación entre ellas para un mejor desarrollo de las empresas, tal como se muestra a continuación.

Una alta competitividad del ambiente empresarial exige a las organizaciones que se reúnan alrededor de redes con el propósito de volverse más fuertes y alcanzar objetivos que difícilmente serían logrados al actuar de manera aislada (Melo y Meira, 2012). Como bien señalan los autores, la creación de redes entre los empresarios del sector turismo es importante ya que contribuyen positivamente al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

La metodología de la investigación anterior planteó la aplicación de una entrevista semiestructurada en seis hoteles, y así lograr delimitar el perfil de las empresas, identificar los lazos que se han creado entre los empresarios, conocer el apoyo que existe entre las empresas del sector hotelero y el gobierno. Se obtuvieron como principales resultados que los lazos más importantes son la familia, los amigos y los empleados, ya que tienen influencia en la captación de recursos económicos y aportan un apoyo emocional. Como resultado en cuanto a la cooperación entre las empresas, se encontró que es deficiente debido a la gran competitividad que existe entre las empresas.

Las pequeñas y medianas empresas enfrentan grandes desafíos a los que se deben de enfrentar, tal es el caso de otro estudio que se realizó también en los Emiratos Árabes, donde precisamente se identifican los retos a los que se han tenido que enfrentar y la manera en que han hecho frente a estas circunstancias (Jaafar y Maideen, 2012). Según el estudio, se observó que el principal reto ha sido la gran cantidad de competencia en el sector hotelero, así como el incremento de los costos de operación, una baja en la demanda y la falta de personal calificado, esto lo enfrentan ofreciendo precios competitivos y mejorando la calidad en el servicio que ofrecen. Para garantizar el éxito de las empresas, también es importante considerar la motivación empresarial y personal de los empresarios.

En Jeju, Corea del Sur, se realiza una investigación en pequeñas y medianas empresas turísticas donde se tiene como objetivo conocer el tipo de motivación de

los empresarios, por lo que se les aplica una encuesta de la que se obtienen cuatro tipos de motivación: el primero es la familia, seguido por el ocio, luego los negocios y, por último, la orientación al logro. Lo más relevante de este estudio fue la fuerte relación que se encontró entre estas motivaciones y las características del empresario tales como la edad, ingresos y el modelo a seguir de sus padres, por lo que se concluye la importancia que tiene conocer el perfil de las empresarias de las Pymes turísticas en nuestro estado.

Para poder alcanzar el éxito en una pequeña y mediana empresa, se deben considerar algunos factores importantes, y uno de ellos se ha demostrado en el sur de Australia, en donde se plantea un modelo estructural y de manera cuantitativa para medir el grado de apoyo de la comunidad a las pequeñas y medianas empresas turísticas por parte de la comunidad, se logró demostrar que el nivel de apego de los propietarios de la comunidad influye de manera positiva en el rendimiento de la empresa. Otro punto importante que se descubrió fue que el género del empresario no influía en el grado de apoyo sino el apego con la comunidad.

Otro factor importante a considerar para el éxito de las empresas es la innovación en los productos y servicios. Para el caso del sector turístico, se encontró un estudio realizado por Tejada y Moreno en el que analizan principalmente los factores de innovación no tecnológica en las Pymes turísticas de Andalucía. Para conocer a fondo estos factores se realizó un estudio cuantitativo en donde se encuestaron a 127 hoteles, considerando las áreas de innovación en productos, procesos y comercialización. Se obtuvo como resultado la independencia de los tour operadores, la localización geográfica o la cooperación.

La mercadotecnia ha sido siempre una de las áreas más importantes para las empresas y en la península de Malasia se ha realizado un estudio que habla sobre el marketing turístico en las pequeñas y medianas empresas, donde se analiza, en primera instancia, el perfil de los visitantes en estas empresas. Se determinó que son

en su gran mayoría visitantes locales, que acostumbran viajar en grupos de familias, por lo que son viajes cortos de un día, esto con la finalidad de visitar familiares o hacer negocios. La página web es la tecnología más utilizada para darse a conocer y los medios de boca en boca y folletos son los que más se utilizan entre los visitantes (Jaafar, Aziz y Sukarno, 2012).

Además de la mercadotecnia, se han encontrado también estudios sobre las Pymes turísticas. Éstos consideran temas interesantes como la creación de modelos de negocio adecuados para las empresas y sobre las prácticas de responsabilidad social y el medio ambiente. Por otra parte, el tema de las mujeres dentro de la empresa es un tema que para este estudio es de gran relevancia, por lo tanto será abordado de una manera más extensa en el siguiente punto.

2.5.6. El papel de las Mipymes del sector turístico en el estado de Aguascalientes

Los servicios son todas aquellas actividades económicas que tienen por objeto la satisfacción de un tercero, ya sea en su persona o en sus bienes (INEGI, 2009). Se agrupa en 11 sectores, y el sector turístico comprende dos: el primero, son establecimientos de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos, y dentro del segundo son considerados los establecimientos de alojamiento temporal, y los de preparación de alimentos y bebidas.

El sector servicios en nuestro estado, actualmente opera con un aproximado de 17 mil establecimientos, dentro de los cuales laboran 85 mil personas. La contribución que tiene este sector al PIB estatal es muy importante ya que representa casi 35 % del total estatal. Por su parte, los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (Tabla 7) son los que tienen un mayor porcentaje de personas ocupadas con 23.2 % en comparación con los demás sectores de servicios (Gobierno del Estado de Aguascalientes, 2010).

Tabla 19. Características económicas del sector

Servicio	Unidades económicas (%)	Personas ocupadas (%)	Remune. totales (%)	Activos fijos (%)
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	29	23.3	8.8	8.7
Total en miles de pesos	16,999	85,056	3,835,042	15,745,856

Fuente: Elaboración propia con base en el Programa Sectorial 2010-2016.

En el estado de Aguascalientes, las principales Mipymes turísticas son las de servicios de alojamiento temporal, tales como hoteles, hostales y cabañas, así como también los servicios de recreación como spas, bares, restaurantes, balnearios y lugares de turismo alternativo.

Con la finalidad de analizar a profundidad cómo se encuentran distribuidas las Mipymes turísticas en nuestro estado, se realiza el siguiente análisis (Tabla 8) en donde se contabilizan las empresas turísticas por municipio. Se entenderá por Mipymes turísticas aquellas empresas que tengan una actividad económica de servicios de esparcimiento culturales y recreativos, así como también los servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas.

Tabla 20. Número de Mipymes turísticas por municipio

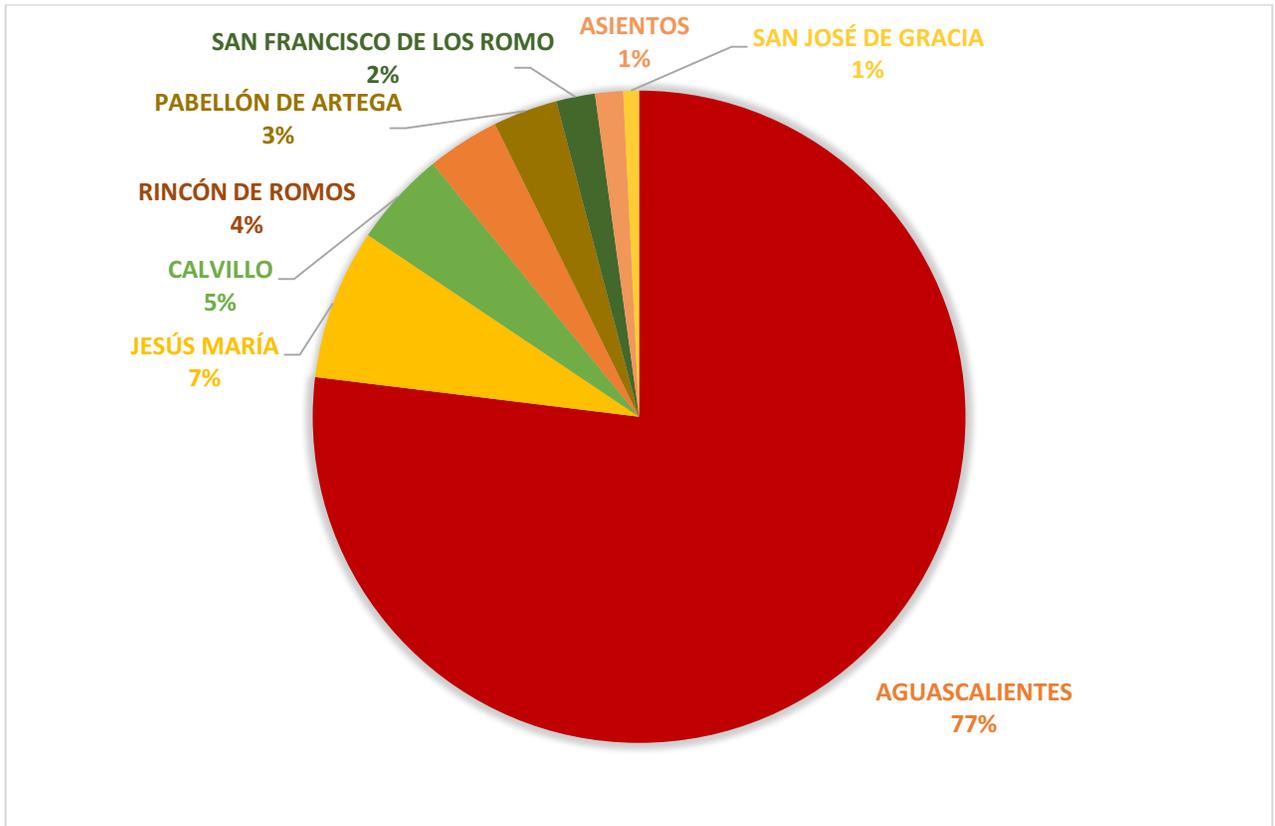
MUNICIPIO	MICRO 0 a 10 personas	PEQUEÑA 11 a 50 personas	MEDIANA 51 a 100 personas
AGUASCALIENTES	6,035	282	17
ASIENTOS	113	1	0
CALVILLO	380	8	0
COSÍO	49	3	0
EL LLANO	46	1	0
JESÚS MARÍA	602	12	0
PABELLÓN DE ARTEAGA	260	3	0
RINCÓN DE ROMOS	295	2	0
SAN FRANCISCO DE LOS ROMO	152	6	0
SAN JOSÉ DE GRACIA	61	3	0

TEPEZALÁ	59	1	0
TOTAL	7,980	322	17

Fuente: Elaboración propia con base en DENUE (2017).

Como se puede observar en la Tabla 8, la mayor cantidad de empresas se encuentra en una clasificación de micro por el número de empleados y la mayoría se encuentran establecidas en el municipio de Aguascalientes. A continuación se presenta un gráfico en el que se analizan los totales de micro, pequeñas y medianas empresas totales por municipio observando que la mayoría se encuentra en Aguascalientes, seguido por Jesús María y Calvillo.

Figura 35. Municipios del estado con mayor cantidad de Mipymes turísticas



Fuente: Elaboración propia.

Con base en los datos observados en la Figura 17, se ha decidido seleccionar para la aplicación del instrumento cuatro de los 11 municipios en Aguascalientes, debido a su importancia turística hablando ya que tres de ellos cuentan con un nombramiento llamando “Pueblo Mágico” y el otro es la capital, debido a su tamaño, ubicación, eventos y servicios que ofrece se ha convertido en el referente turístico más importante a nivel estatal.

A continuación se describirá detalladamente la cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas (Tabla 9) que tiene cada uno de los municipios y se realizará un desglose con que se determina qué tipo de empresas son consideradas como turísticas para la presente investigación, tomando como referencia a Berastain

(2006), las cuales son alojamiento, alimentos, transporte, ocio e intermediarios; en la página SDADSA se podrá observar una explicación más detallada sobre el tema.

Tabla 21. Número de Mipymes turísticas en el municipio de Aguascalientes

Tamaño de la empresa	Alojamiento	Alimentos y Bebidas	Transporte	Ocio	Intermediarios (Agencias de viaje)	Intermediarios (Artesanías)
Micro	72	5,486	2	479	148	1,150
Pequeñas	30	181	3	47	6	100
Medianas	8	6	0	4	0	9
Total	110	5,673	5	530	154	1,259

Fuente: Elaboración propia con base en el DENUE (2016).

Se observa en la Tabla 9 que el municipio de Aguascalientes es el que cuenta con un mayor número de Mipymes de todos los tipo de empresas, ya que tiene un total de 110 empresas que ofrecen algún servicio de hospedaje, 5,673 restaurantes, 530 espacios recreativos y de ocio, y un total de 1,259 empresas de artesanías, en su mayoría dentro de una clasificación micro por el número de empleados.

Tabla 22. Número de Mipymes turísticas en el municipio de Calvillo

Tamaño de la empresa	Alojamiento	Alimentos y Bebidas	Transporte	Ocio	Intermediarios (Agencias de viaje)	Intermediarios (Artesanías)
Micro	10	262	0	39	4	88
Pequeñas	2	3	0	2	0	1
Medianas	0	0	0	0	0	0
Total	12	265	0	41	4	89

Fuente: Elaboración propia con base en el DENUE (2016).

En la Tabla 10 se identifica que en el municipio de Calvillo la mayoría de las empresas son de tamaño micro y tienen un giro empresarial de alimentos y bebidas, seguido por el de las artesanías.

Tabla 23. Número de Mipymes turísticas en el municipio de Asientos

Tamaño de la empresa	Alojamiento	Alimentos y Bebidas	Transporte	Ocio	Intermediarios (Agencias de viaje)	Intermediarios (Artesanías)
Micro	1	102	0	10	0	22
Pequeñas	0	0	0	1	0	1
Medianas	0	0	0	0	0	0
Total	1	102	0	11	0	23

Fuente: Elaboración propia con base en el DENUE (2016).

De los tres municipios que cuentan con el nombramiento Pueblo Mágico, Real de Asientos es el que tiene una mayor antigüedad, sin embargo, no ha tenido un crecimiento tan acelerado como Calvillo ya que cuenta con una menor cantidad de empresas tanto de alimentos como de alojamiento y artesanías (Tabla 11).

Tabla 24. Número de Mipymes turísticas en el municipio de San José de Gracia

Tamaño de la empresa	Alojamiento	Alimentos y Bebidas	Transporte	Ocio	Intermediarios (Agencias de viaje)	Intermediarios (Artesanías)
Micro	4	56	0	1	0	13
Pequeñas	1	1	0	1	0	0
Medianas	0	0	0	0	0	0
Total	5	57	0	2	0	13

Fuente: Elaboración propia con base en el DENUE (2016).

El municipio de San José de Gracia es el que tiene el menor número de empresas y en su mayoría son de alimentos y bebidas, de un tamaño micro, seguido por el sector de las artesanías con un total de 13 empresas, de las cuales todas ellas son micro (Tabla 12).

En cuanto a investigaciones turísticas que se han realizado en el estado, se encuentra una que se aplica precisamente en el municipio de Calvillo, en donde se tuvo como objetivo comprobar que los supuestos actores del municipio tenían una

escasa colaboración para la gestión turística. El municipio de Calvillo se encuentra compuesto principalmente por microempresas, que van desde la elaboración y la venta de productos artesanales como deshilados, pan, dulces de guayaba, venta de alimentos, hasta la oferta de servicios de alojamiento especializado como lo son los spa y expediciones (Vargas y Rodríguez, 2014).

Otro de los municipios que se ha considerado importante mencionar es el de Real de Asientos, debido a que, al igual que Calvillo y San José de Gracia, cuenta con el nombramiento de Pueblo Mágico desde el año 2006. Antes de su nombramiento, 80 % de la población económicamente activa era ocupada fuera del municipio debido a que la actividad minera se encontraba en completo abandono, todas las empresas existentes eran micro y además era una de las regiones incluidas en atención prioritaria por SEDESOL. Después de ser declarado Pueblo Mágico, el municipio recibe apoyos económicos para restaurar sus atractivos turísticos como lo son los acueductos subterráneos de la época colonial y la restauración de obras de la actual pinacoteca (Covarrubias, Vargas y Rodríguez, 2010).

Es importante mencionar que a pesar de que el municipio de Real de Asientos cuenta con este nombramiento no ha tenido un significativo desarrollo turístico, debido a que solamente cuenta con un hotel de siete habitaciones y escasos establecimientos de alimentos y bebidas, por lo que los visitantes no permanecen más de un día en el destino. Considerando lo anterior, se encuentra otro estudio realizado en este municipio por los autores Vargas y Rodríguez, en el que se parte del supuesto de que no es suficiente contar con los recursos económicos para lograr un buen desarrollo del destino y tener turistas satisfechos, sino que es necesario una buena gestión y esto se propone al generar relaciones estrechas y consolidadas entre los actores que trabajen en el logro de objetivos en común para el beneficio del municipio.

En la investigación anterior se detecta que existe una generación de relaciones entre los principales actores del destino, esto con la finalidad de una adecuada gestión, dato que coincide con otra investigación que se realiza en el estado de Aguascalientes para identificar los factores que influyen en la competitividad del sector turístico en hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad. En dicho estudio se obtuvo que uno de los factores es la creación de alianzas y acuerdos de cooperación, ya que del total de los hoteles encuestados, 55.55 % respondieron afirmativamente a alguna de las alianzas o acuerdos de cooperación ya sea en actividades comerciales, prestación de servicios, compras y abastecimientos (Shaadi y López, 2011).

Al analizar estos estudios que se realizaron en el estado sobre turismo y empresas turísticas, se encontró que realmente al crear redes de trabajo entre agentes para el logro de objetivos los empodera, variable que se ha planteado anteriormente para probar la relación existente entre creación de redes de trabajo e incremento de empoderamiento económico de las mujeres.

CAPÍTULO III.

**MODELO TEÓRICO Y
PLANTEAMIENTO DE
HIPÓTESIS**

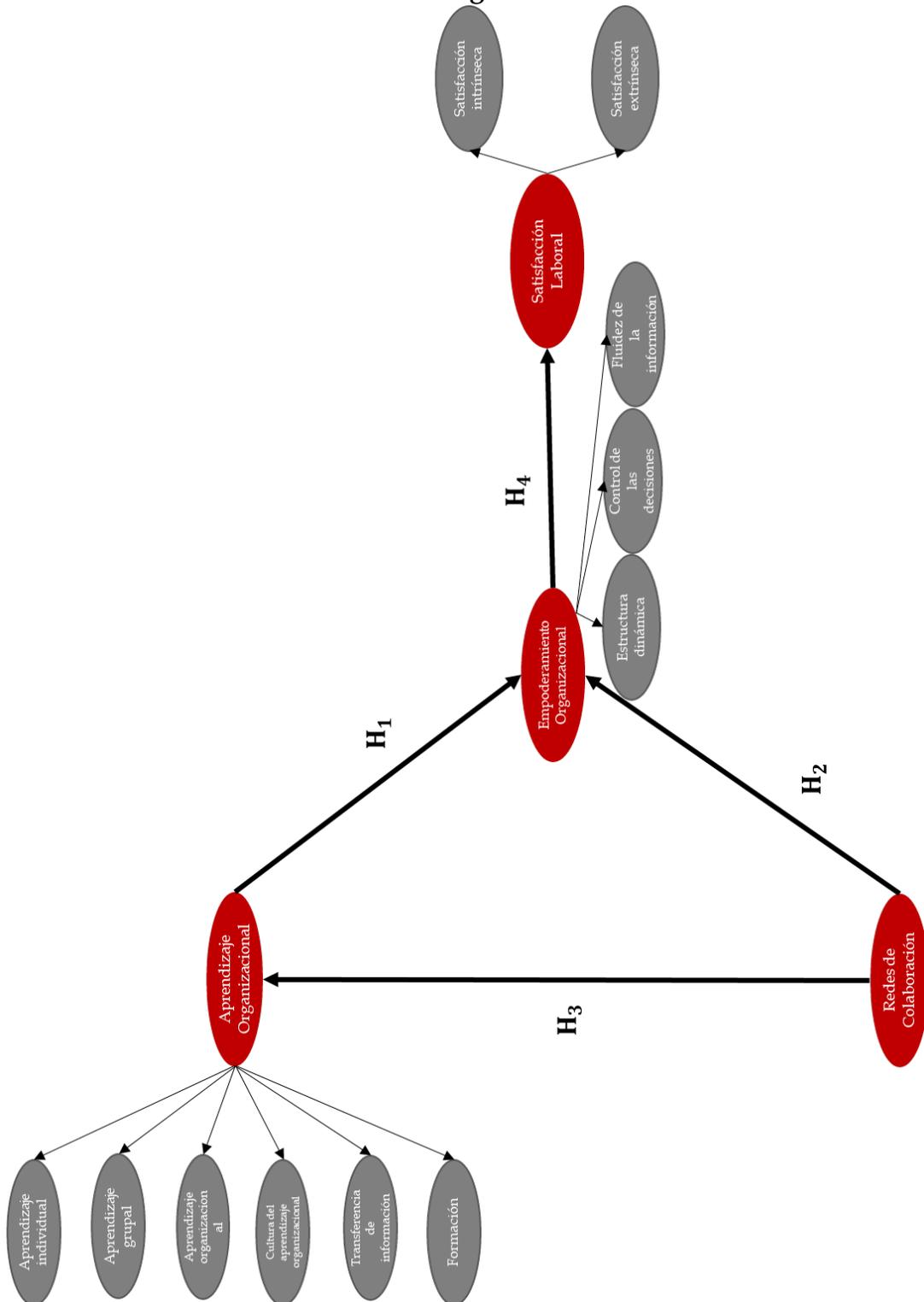
4. Capítulo III. Modelo teórico y planteamiento de hipótesis

Para el presente estudio, se ha planteado la existencia de una serie de relaciones entre los constructos: aprendizaje organizacional, redes de colaboración, empoderamiento organizacional y satisfacción laboral, para lo cual en el Capítulo I se planteó un modelo que demuestra cómo influye cada una de las relaciones sobre las demás variables, planteándose con esto cinco hipótesis que serán descritas a continuación.

4.1. Planteamiento de hipótesis

Al realizar el marco teórico del presente estudio, se han ido encontrado diversos estudios en los que se ha demostrado teórica y empíricamente la relación que existe entre cada una de estas variables que se han seleccionado para el modelo de investigación, dentro del cual se plantearon las hipótesis que se pueden observar gráficamente a continuación (Figura 18).

Figura 36. Representación de las diferentes hipótesis planteadas en la investigación



Fuente: Elaboración propia.

Con base en lo anterior, surge la necesidad de plantear con una mayor claridad cada una de las relaciones entre los constructos, para determinar la relación que existe entre ellas de acuerdo a los estudios teóricos y empíricos que se han encontrado en la revisión de la literatura.

Las hipótesis derivadas para el presente estudio, y que se encuentran representadas en la Figura 18, se plantean a continuación:

H₁: El aprendizaje organizacional tiene un efecto positivo y significativo en el empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

H₂: Las redes de colaboración tienen un efecto positivo y significativo en el empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

H₃: Las redes de colaboración tienen un efecto positivo y significativo en el aprendizaje organizacional.

H₄: El empoderamiento organizacional tiene un efecto significativo sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas de Aguascalientes.

Cada una se abordará de manera independiente por medio de un análisis de los estudios que se han realizado hasta el momento, los cuales prueban la relación entre cada una de las variables, con la finalidad de que funja como soporte para el estudio de las mismas.

4.2. Impacto entre aprendizaje y empoderamiento organizacional

La relación entre los temas que involucran a la gestión del conocimiento y el empoderamiento organizacional ha sido un tema estudiado anteriormente, por lo que a continuación se describirán algunos casos, así como los resultados obtenidos.

Hay un estudio que tuvo como objetivo principal investigar la relación entre la gestión del conocimiento y el empoderamiento de los empleados en instituciones de educación superior. Se utiliza como metodología un estudio de tipo descriptivo-correlativo basado en el método aplicado, y para el análisis de la información se utiliza estadística descriptiva e inferencial, utilizando la correlación de Pearson, a la prueba de clasificación de Friedman y la recesión escalonada. Como resultados se obtiene una relación significativa entre la gestión del conocimiento y el empoderamiento de los empleados (Hasani y Sheikhesmaeili, 2016).

Otro estudio sobre los mismos constructos tiene como objetivo investigar la relación entre la gestión del conocimiento y el empoderamiento en la Administración de Justicia de la provincia de Teherán. Se utilizó como herramienta la escala de empoderamiento de Sallis y Jones (2002) y Knowledge Management de Spreitzer (1995), encontrando como resultado que existe una relación entre la gestión del conocimiento y el empoderamiento del personal (Sohrabi *et al.*, 2013a).

4.3. Impacto entre redes de colaboración y empoderamiento organizacional

Sobre la relación entre las variables análisis de redes y empoderamiento, se han encontrado algunos estudios como en el que propone un modelo para vincular factores humanos tales como el empoderamiento ambiental de los empleados, capacitación, trabajo en equipo, entre otros. Como metodología para conocer estas relaciones entre variables, se utilizó un instrumento compuesto por escalas previamente publicadas y se comprueba la relación entre variables con un análisis estadístico de ecuaciones estructurales (Daily *et al.*, 2012).

El análisis de redes sociales de afiliación se ha llegado a utilizar para lograr comprender cómo grupos interreligiosos proporcionan recursos empoderando a otros grupos comunitarios y vinculando a una mayor cantidad de grupos para lograr un cambio en las comunidades locales (Daily *et al.*, 2012; Todd *et al.*, 2015).

4.4. Impacto entre redes de colaboración y aprendizaje organizacional

En la actualidad, las empresas comienzan a darse cuenta de que pueden obtener mayores ventajas de su conocimiento organizacional cuando lo comparten con otras empresas del mismo sector, ya sea perteneciendo a clústers o generando relaciones de manera informal ya que incrementan sus competencias (Capó *et al.*, 2007).

La importancia de que las empresas aprendan es evidente, por lo que con base en esto surgen diversos estudios que pretenden identificar los factores de éxito para las mismas. En otra investigación se ha propuesto identificar la influencia que tiene la globalización sobre las economías locales, así como la importancia de la concentración geográfica de las empresas para incrementar su competitividad, se concluye que en estas concentraciones se establecen verdaderas comunidades de conocimiento, donde se genera y se intercambia, potencializando la innovación para aumentar sus ventajas competitivas (Capó *et al.*, 2007).

Las asociaciones entre las empresas usualmente son con la finalidad de construir un conocimiento compartido, tal es el caso de un estudio en el que se analizan las relaciones entre la academia, las empresas y el gobierno para construir redes de conocimiento. Tiene como argumento principal que las asociaciones empresariales son un factor clave para el desempeño económico de las mismas (Tirado y Luna, 2001).

Para la sociedad del conocimiento, se ha generado una serie de cambios importantes en la manera en cómo se aprende, ya sea en empresas, escuelas o en la vida cotidiana, todo esto debido al uso de las nuevas tecnologías, a la globalización

y demás cambios sociales que se han presentado hasta el momento. Por tal motivo, se han generado estudios en los que se relaciona la influencia que tienen el aprendizaje y las redes de colaboración. A continuación, serán analizados algunos de ellos.

La colaboración entre países y sus universidades ha evolucionado como parte de un proceso de internacionalización, generando así una colaboración académica internacional, la cual es entendida como una vía para complementar capacidades, compartir experiencias y generar conocimiento. Esta colaboración se ha dado de distintas maneras, pero la más importante es la conformación de redes académicas. Es importante destacar que para el caso de América Latina, esta colaboración se ha dado pero con una baja participación en comparación con la tendencia global (R. S. M. Rodríguez, 2015).

Dentro de otro estudio, se ha destacado la importancia de incluir el análisis de redes sociales con el objetivo de conocer cómo las empresas gestionan su conocimiento, para lo cual se propone como afirmación principal que el conocimiento no solamente está en cada individuo, sino que también se expresa en las relaciones entre ellos (Kogut y Zander, 1992).

Bajo el mismo enfoque del análisis de redes y el aprendizaje, se encuentra un estudio que se realiza en una zona costera del norte de Chile para conocer la estructura y propiedades de las redes de colaboración y transferencia de intercambio y conocimiento científico involucradas en el uso y manejo de los recursos naturales. Como resultado se obtuvo una baja cohesión, con bajos valores de centralización y densidad, lo cual indica un bajo flujo de relaciones de colaboración y de intercambio entre los actores (Carcamo *et al.*, 2014).

Continuando con esta relación entre constructos, se encuentra una investigación en la que se plantea como manifiesto la influencia que tiene la

agrupación o colaboración en el aprendizaje tecnológico de las empresas. Para hizo un análisis de redes sociales, identificando los diferentes roles cognitivos desempeñados por las empresas clúster de la industria del vino en Chile. Los resultados demuestran que el conocimiento no se difunde uniformemente “en el aire”, sino que fluye dentro de un grupo central de empresas que cuentan con capacidades de absorción (Giuliani y Bell, 2005).

Según otro estudio, muchos de los fenómenos que se relacionan con el capital humano, como lo son el reclutamiento, trabajo en equipo, la gestión del conocimiento y la satisfacción de los empleados, dependen principalmente del capital social y de las redes relacionales que existen entre ellos. Se hace mención del análisis de redes sociales como una metodología altamente adecuada para ayudar a los investigadores y profesionales a comprender las complejas relaciones que se están impulsando entre las organizaciones (Hollenbeck y Jamieson, 2015).

Lo que las empresas hacen mejor que los mercados es compartir y transferir conocimientos de individuos y grupos dentro de una organización; el conocimiento está en manos del individuo y se expresa cuando los miembros cooperan en una comunidad social (es decir, grupo, organización o red). Si el conocimiento se mantuviera solamente a un nivel individual, las empresas serían capaces de cambiar únicamente cuando exista una rotación de empleados (Kogut y Zander, 1992). Dentro de otro estudio se examina el efecto moderador del locus de control en relación con cuatro aspectos del entorno de trabajo: compartir información, significación en el trabajo, oportunidad de aprendizaje y disponibilidad de recompensas por el desempeño. Se encuentra como resultado que el intercambio de información influye positivamente en la oportunidad de aprender (Ng y Butts, 2009).

4.5. Impacto entre empoderamiento organizacional y satisfacción laboral

Al respecto, hay un estudio que tiene como objetivo aclarar el significado del concepto de empoderamiento y determinar su papel en el vínculo de rendimiento en la gestión de recursos humanos, encontrando como resultado que el empoderamiento organizacional estaba positivamente relacionado con el empoderamiento psicológico, la satisfacción laboral y el compromiso afectivo (Kazlauskaite *et al.*, 2012; Kazlauskaite *et al.*, 2009).

Según algunos autores, los empleados que tienen una falta de confianza en sí mismos son menos propensos a contribuir a las metas organizacionales, por lo que se genera un modelo en el que se vincula el empoderamiento de enfermeras, el respeto y confianza en la administración y la satisfacción y compromiso organizacional (Laschinger y Finegan, 2005). Por su parte, en otros estudios se encuentra que el empoderamiento de los empleados tiene un efecto sobre diferentes componentes del clima de trabajo (Mendoza-Sierra *et al.*, 2014; Migneault *et al.*, 2009).

Continuando con investigaciones en las que se ha estudiado el impacto del empoderamiento de los empleados sobre la satisfacción laboral, se encuentra uno en el que el empoderamiento es visto como una variable de dos dimensiones, es decir, conductuales y psicológicas. Con ayuda de un instrumento se recolectó información sobre estos dos constructos y se realizaron análisis de correlación y regresión, obteniendo como resultado que los aspectos más positivos relacionados con la satisfacción son los que tienen que ver con colegas y condiciones físicas, mientras que los más negativos fueron hacia el salario. El análisis demuestra que el empoderamiento psicológico y el conductual tienen un efecto significativo en la satisfacción del trabajo, y el efecto es mayor cuando se toma en conjunto el empoderamiento psicológico y conductual (Pelit *et al.*, 2011).

Las empresas del sector servicios desean tener clientes leales para lograr el cumplimiento de sus objetivos, sin embargo, los clientes son cada vez más exigentes,

por lo que estas organizaciones deben capacitar a sus empleados para ir más lejos. Con este fundamento se realiza un estudio para examinar las relaciones entre el empoderamiento de los empleados, la calidad en el servicio percibido y la satisfacción laboral. Se realizó el análisis factorial confirmatorio y ecuaciones estructurales para probar el modelo, obteniendo como resultado que el empoderamiento de los empleados tiene efectos positivos en la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción laboral (Ping *et al.*, 2010).

Por último, se encuentra un estudio en el que se relaciona el empoderamiento psicológico, el estrés de rol (ambigüedad y conflicto) y la satisfacción laboral, obteniendo como resultado que el efecto de conflicto se encuentra directamente relacionado con la satisfacción laboral, mientras que la ambigüedad es mediada por el empoderamiento, por lo que se sugiere centrarse en prevenir el estrés de rol y el incremento de empoderamiento psicológico (Orgambídez, Moura y de Almeida, 2017).

CAPÍTULO IV.

METODOLOGÍA

5. Capítulo IV. Metodología

5.1. Proceso metodológico

Después de haber realizado un análisis profundo de la literatura que funge como base para conocer y comprender cada uno de los constructos, a fin de determinar el problema de investigación y posteriormente plantear a detalle el modelo de la investigación con cada una de las hipótesis correspondientes, los objetivos tanto general como específicos, en este Capítulo IV se describirá detalladamente la metodología utilizada para la elaboración de esta tesis doctoral.

En capítulos anteriores se llevó a cabo una revisión de las escalas con las que fueron medidas cada una de las variables que integran el modelo teórico, y a partir de dicha revisión se seleccionaron las más apropiadas para la investigación tomando en cuenta el contexto en el que se realizó, la zona geográfica y el giro de las empresas.

Se utilizaron cuatro escalas distintas, pero para la destinada para medir redes de colaboración se tomó una de las dimensiones propuesta por Blesa y Ripollés (2008), en la cual se miden las capacidades asociativas de la empresa con 6 ítems, dicha escala se complementó con 4 ítems que surgen a partir de la revisión de la literatura y se probó con un grupo de enfoque de 15 empresarios del sector turístico. En este sentido y en lo que respecta al plano metodológico, es una contribución interesante ya que se probará su validez y fiabilidad con el conjunto de ítems.

Las escalas que se utilizaron para medir el aprendizaje organizacional, el empoderamiento y la satisfacción laboral, previamente han sido probadas de manera aislada en otros contextos empresariales, pero no en su conjunto, por lo que al integrarse las cuatro escalas que integran el modelo teórico general, aprendizaje, redes de colaboración, empoderamiento y satisfacción laboral, se estarán conjuntando estas diferentes escalas aportando un gran valor al trabajo de investigación.

Otra de las aportaciones importantes de la presente tesis en cuanto al aspecto metodológico es la técnica estadística utilizada para la Modelización de Ecuaciones Estructurales, vista desde dos enfoques, el basado en covarianzas (CB-SEM), y el basado en varianzas (PLS-SEM), siendo el método estadístico con el que se contrastarán las hipótesis de esta investigación. Se ha seleccionado esta técnica debido a que la Modelización de Ecuaciones Estructurales es un método que permite la contrastación de modelos en los que se plantean relaciones causales entre variables, calculando el efecto que ejercen entre sí (Hair, Anderson, Tatham y Black, 1998). Esta técnica estadística ha sido poco utilizada para contrastar un modelo teórico en investigaciones científicas dentro del área administrativa y han sido todavía menos utilizadas las ecuaciones estructurales con Paraiial Least Squares (PLS-SEM).

Este capítulo terminará con la presentación de un plan para el análisis de los datos, mismo que se implementará en el capítulo siguiente que corresponde al análisis de resultados. A continuación se presenta en el grafico 5.1 la forma en la que se ha llevado a cabo el proceso metodológico de la investigación, en el cual se pueden apreciar las fases que se siguieron para su desarrollo.

4.1.1. Fases del proceso metodológico

Continuando con el apartado metodológico, se describe como primera instancia el proceso que se llevó a cabo para realizar la investigación. Antes de esto se realizó un análisis de la manera más relevante para elaborar el proceso de investigación y cada uno de los pasos por los que se compone dependiendo del enfoque y el área de cada estudio.

Comenzando con los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010), quienes presentan tres propuestas diferentes y dependiendo del enfoque metodológico, los pasos difieren en cada uno de ellos, para un enfoque cuantitativo el proceso consta de diez fases, para un enfoque cualitativo este proceso consta de

nueve fases y, por último, para un enfoque mixto el proceso consta de seis fases principales. A continuación, se presenta cada uno de estos procesos.

Según los autores ya mencionados, el proceso de investigación, cuando se lleva a cabo una metodología cuantitativa, consta de diez etapas iniciando de la concepción de la idea, hasta la elaboración de un reporte de resultados. En cambio, al realizar una metodología cualitativa el proceso difiere en la cantidad y las etapas en las que se realiza cada una. Por su parte, el proceso de investigación que se utiliza en una metodología mixta consta de seis etapas principales, las cuales comienzan planteando un problema mixto, después realizar un diseño, muestrear, recolectar datos, generación de inferencias y metainferencias y, por último, una elaboración o reporte de resultados.

Por otra parte, se analiza también la propuesta del autor Lerma (2009), quien señala que el proceso deberá estar compuesto por nueve etapas que surgen de una llamada situación problemática y que de ella parte el tema a investigar, para continuar con los demás elementos hasta llegar a una culminación con un documento final que bien puede ser un informe final de investigación o artículo científico.

Ahora, enfocando el tema de la presente tesis, se ha considerado necesario analizar a detalle la propuesta de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ya que se vincula en su totalidad a la investigación turística. El documento de la OMT fue dirigido por Sancho (2001) y dentro de él se presentan dos procesos sobre la investigación en el sector turístico en donde se incluyen acciones que se deberán cumplir, estos elementos se despliegan a continuación.

- Planteamiento y justificación del problema
 - ✓ Reconocimiento de los hechos e idea de la investigación.
 - ✓ Identificación y formulación del problema. Construcción de hipótesis.

- ✓ Establecimiento de objetivos.
- ✓ Estrategias de investigación.
- ✓ Planificación de los tiempos de ejecución.
- ✓ Naturaleza de los resultados que se quiere obtener.
- ✓ Coste de la investigación.
- ✓ Habilidades y experiencias de los investigadores.
- Construcción del modelo teórico
 - ✓ Revisión de la literatura.
 - ✓ Planteamiento de hipótesis.
 - ✓ Definición de variables.
 - ✓ Selección del proceso de investigación.
- Determinación de la población objeto de estudio y la muestra correspondiente
 - ✓ Selección y diseño muestral.
 - ✓ Proceso de muestreo.
 - ✓ Tamaño muestral.
 - ✓ Elaboración de cuestionarios.
- Codificación y obtención de datos
 - ✓ Elaboración de instrumentos.
 - ✓ Obtención de los estadísticos descriptivos.
 - ✓ Análisis de los datos.
- Análisis de los resultados
 - ✓ Elaboración y presentación del informe.
- Aplicación de la investigación a los fines propuestos.
- Conclusiones del estudio.

Tomando como referencia las etapas de los modelos analizados anteriormente, se diseñó un diagrama en el que se plantearon las etapas principales del proceso de investigación que se tomaron como base para realizar el estudio.

A en la Figura 19 se presenta el modelo que se elaboró como guía para la investigación, éste consta de ocho etapas y parte desde la concepción de una idea hasta la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

Figura 19. Diseño del proceso de investigación acción



Fuente: Elaboración propia con base en Sancho (2001).

Dentro de la primera etapa del modelo se incluyen elementos como el reconocimiento del entorno y la generación de una idea por investigar; en la segunda etapa se realiza una identificación, formulación y justificación del problema, seguida por una tercera etapa en la que se definen de manera clara los objetivos y las hipótesis del estudio; en la cuarta etapa se realiza una revisión de la literatura en la que se afina y analiza a profundidad cada una de las variables, con base en esta etapa surge una quinta en la que se elabora un modelo teórico compuesto por cuatro variables y, a su vez, cada una de ellas está integrada por diferentes ítems para su medición.

Continuando con la descripción del proceso de investigación, se propone una sexta etapa, en la cual se realiza un diseño metodológico en el que se selecciona una metodología de tipo mixto para un completo estudio del modelo y de cada una de las variables. En la séptima etapa se desarrolla la investigación, para ello se realizan actividades fundamentales para el cumplimiento de los objetivos, tales como:

- Diseño del cuestionario.
- Selección y diseño muestral.
- Proceso de muestreo
 - ✓ Encuesta piloto.
 - ✓ Rectificación del cuestionario y muestra.
 - ✓ Delimitación y descripción de la muestra.
- Aplicación de las encuestas.
- Captura de los datos.
- Análisis de datos.
- Interpretación de resultados.

Como última etapa, en el proceso de investigación se plantea la elaboración y redacción de conclusiones, recomendaciones y futuras líneas de investigación.

Cabe destacar que la información se recopiló a través de una encuesta dirigida a las mujeres que trabajaban dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico en el municipio capital del estado de Aguascalientes y en los tres Pueblos Mágicos: San José de Gracia, Calvillo y Real de Asientos. La muestra se fraccionó para que fuera representativa de cada uno de los municipios con base en las entidades registradas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI (2018).

5.2. Contexto y enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación se realiza dentro del Programa de Doctorado en Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México, y se encuentra dentro de la línea de investigación Comportamiento y Cultura Organizacional, siendo una de las que integra el Cuerpo Académico Consolidado de Gestión de la Pequeña y Mediana Empresa. En este sentido, la investigación vista desde su modelo se consideró de tipo exploratoria, correlacional y descriptiva, no

experimental-explicativa y de corte transversal (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Se consideró correlacional debido a que el objetivo principal de la investigación es conocer la relación o el grado de asociación que existe entre cuatro variables, es descriptiva ya que se especificó un fenómeno que fue sometido a un análisis para medir sus dimensiones, y esta investigación, a su vez, fue de tipo causal, ya que se midieron las relaciones existentes entre los constructos aprendizaje organizacional, satisfacción laboral, redes de colaboración y empoderamiento organizacional. Es no experimental porque no se manipularán deliberadamente las variables, es explicativa debido a que responderá a preguntas de por qué están ocurriendo los fenómenos o variables estudiadas dentro de la industria turística y, por último, es transversal porque los datos se recopilarán en un solo momento en el tiempo.

Tabla 13. Contexto de la investigación

TIPO	CARACTERÍSTICAS
Por su estructura	Aplicada
Por su modelo	Exploratoria, correlacional-causal, descriptiva y transversal
Por su análisis	Empírica
Fuentes de información	Encuesta compuesta por escalas para cada uno de los constructos
Metodología	Cuantitativa
Ontología/Epistemología	Post-positivista
Unidad de análisis	Mujeres que trabajan dentro de una Mipyme turística del estado de Aguascalientes
Población de estudio	Micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico

Fuente: Elaboración propia.

El enfoque de la investigación es considerado de tipo transversal debido a que la recolección de datos se realizó en un solo momento en el tiempo; se trata de

una investigación de tipo no experimental ya que durante este proceso no existió ninguna intervención; es de carácter exploratorio, debido a que el problema de investigación ha sido muy poco estudiado en nuestro país y aún menos enfocado en las mujeres que trabajan en las Mipymes del sector turístico en Aguascalientes.

Asimismo, es considerado como un estudio descriptivo ya que abordó un fenómeno que fue sometido a un análisis para medir sus dimensiones y, a su vez, fue de tipo correlacional ya que se planteó como objetivo principal medir la relación que existe entre los constructos gestión del conocimiento, satisfacción laboral, redes sociales y empoderamiento organizacional.

El enfoque de la presente investigación surge de una revisión de la literatura teórico-empírica, gracias a la cual se logró identificar la posibilidad de que el aprendizaje organizacional, las redes de colaboración, el empoderamiento organizacional y la satisfacción laboral tuviesen una serie de relaciones directas y positivas. A partir de dichos planteamientos surge un modelo teórico en el que se expresan relaciones causales entre las variables, direccionando el análisis empírico a la comprobación de este modelo y sus hipótesis.

El estudio empírico realizado tiene lugar en un ámbito empresarial dirigido específicamente a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas en cuatro municipios del estado de Aguascalientes, se tomaron como base cuatro variables objeto de estudio y se recabó la información de las mujeres que trabajaban en las empresas a través de un cuestionario. Para el análisis de los datos recabados se trabajará bajo un enfoque cuantitativo, debido a que se recurrirá a procedimientos y técnicas estadísticas a través de los softwares IBM SPSS Statistics 25 y Smart PLS 3.2.6.

5.3. Paradigma filosófico de la investigación

Actualmente, en las ciencias sociales se ha observado cada vez más el uso del enfoque cuantitativo para resolver teorías y cuestionamientos científicos, por lo anterior se considera importante abordar el tema de su origen, que se remonta a las obras de Auguste Comte (1778-1857) y Émile Durkheim (1858-1917), quienes a su vez tuvieron la influencia importante de Francis Bacon (1561-1626), John Locke (1632-1704) e Immanuel Kant (1724-1804). La publicación de la obra de Comte (1849), *Discurso sobre el espíritu positivo*, comenzó entre las ciencias sociales un paradigma llamado “positivista”, el cual se plantea que la realidad es una sola y que es necesario descubrirla y conocerla (S. Hernández *et al.*, 2014).

Para el positivismo, los conocimientos son válidos únicamente si provienen de la experiencia, es decir, de datos empíricos y, al mismo tiempo, considera posible establecer vínculos causales refiriéndose a causas reales que son precedidas a ciertos efectos anteriormente observados, sin embargo, dicho paradigma fue considerado como rígido y es reemplazado años después por el “pospositivismo”, consolidado e impulsado a mitad del siglo XX por Karl Popper.

La presente investigación se ha desarrollado bajo una influencia del pospositivismo, debido principalmente a que se recolectaron datos en forma de puntuaciones, y los pensamientos y percepciones de las mujeres fueron medidos numéricamente analizándolos por medio de su variación. La esencia principal del análisis implicó relacionar factores mediante técnicas estadísticas.

5.4. Proceso de adaptación de las escalas

Dentro de esta sección, se describe el proceso seguido para adaptar las escalas utilizadas en cada una de las variables, para ello fue necesario realizar un grupo de enfoque con empresarios y trabajadores del sector turístico para corroborar que la redacción de los ítems utilizados para su medición fuera la más apropiada y, al

mismo tiempo, verificar que el mensaje que se estaba transmitiendo fuera claro y entendible para ellos.

Para lograr obtener un espacio para el grupo de enfoque con 15 personas involucradas en el sector turístico, se contactó a la presidenta del Consejo Turístico del Pueblo Mágico de Calvillo, quien gestionó el espacio para que empresarios, gerentes y trabajadores de restaurantes, hoteles y comercios de artesanías tuvieran cita en el mismo lugar, en un mismo tiempo y participaran respondiendo el cuestionario libremente. Dicha sesión se llevó a cabo en el mes de mayo del 2017, en de las instalaciones de la Universidad Tecnológica de Calvillo, dentro del grupo de enfoque surgieron dudas referentes a la temática del estudio que se realizaría, sobre el impacto y la riqueza de la información que se obtendría y algunos otros cuestionamientos relacionados con el significado de ciertos términos incluidos en el instrumento.

La técnica utilizada para el pilotaje de la encuesta tuvo como resultado la obtención de comentarios y recomendaciones por parte de los participantes respecto a las escalas planteadas, dicho ejercicio marcó la pauta para realizar ajustes en el uso de términos más adecuados al contexto local, una redacción más entendible e, incluso, la selección de una de las escalas para medir la variable de aprendizaje organizacional.

5.5. Diseño del instrumento y operacionalización de las variables

La presente investigación, como se ha mencionado en capítulos anteriores, es de carácter cuantitativa, por lo que se ha optado por utilizar un cuestionario estructurado como instrumento de medición, el cual fue construido a través de la adaptación de escalas seleccionadas de la literatura, tres de ellas fueron traducidas al castellano, probadas y validadas de manera independiente en otros contextos. La escala que se seleccionó para medir las redes de colaboración se obtuvo de la investigación de Mojica (2012), en la que se medía la capacidad de

internacionalización de las Pymes en el estado de Aguascalientes, dicha escala se complementó con cuatro ítems a partir de la revisión de la literatura.

En este sentido, el cuestionario se estructuró en cinco bloques (datos generales, aprendizaje organizacional, empoderamiento organizacional, satisfacción laboral y redes de colaboración), conformando un total de 73 preguntas cerradas, medidas con una escala tipo Likert de cinco puntos, que indican el alcance para contestar el grado de acuerdo o desacuerdo para cada una de ellas (ver Anexo 1).

Bloque I. Datos generales de la empresa y el encuestado

Dentro de este primer apartado se comienza con una breve presentación del trabajo de investigación y su objetivo, posteriormente se incluyen datos de identificación de la empresa y algunos otros de la mujer encuestada que permitirán generar estadísticos descriptivos, algunos de ellos fueron el número de empleados y la tendencia para el siguiente año, el giro principal, la edad de la mujer, su nivel de estudios, el puesto y antigüedad dentro de la empresa, etcétera.

Bloque II. Empoderamiento organizacional

El empoderamiento es considerado como un proceso activo y participativo a través del cual los individuos, las organizaciones y las comunidades obtienen un mayor control, eficacia y justicia social que actualmente ha sido identificado como un objetivo principal de la promoción de la salud y guía en el trabajo social en comunidades de alto riesgo (Peterson y Zimmerman, 2004). El empoderamiento dentro de las organizaciones se produce cuando los niveles superiores comparten poder con niveles más bajos de la misma línea, al mismo tiempo que implementar nuevos procesos suele empoderar a los empleados (Spreitzer, 1995).

Dentro del segundo apartado se cuestiona sobre la variable empoderamiento organizacional, para la cual se seleccionó la escala propuesta por Matthews (2003) y

adaptada del inglés al castellano por Mendoza *et al.* (2009), y se adecuó para un estudio realizado en Andalucía con trabajadores de la industria hotelera, validándose así estadísticamente con la traducción realizada.

Esta escala consta de 19 ítems agrupados en tres dimensiones: estructura dinámica (7 ítems), control de las decisiones (7 ítems) y fluidez de la información con (5 ítems), para medir las respuestas de cada ítem se utiliza una escala tipo Likert de 1 a 5 en donde el 1= Total desacuerdo, 2= Algo en desacuerdo, 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= Algo de acuerdo y 5= Total acuerdo.

A continuación, en la Tabla 14, se presenta la forma de operacionalización de la variable empoderamiento organizacional, en la cual se observan cada una de las dimensiones que la componen, los indicadores para cada una de ellas, la descripción de cada ítem y la fuentes de donde fueron obtenidas cada una de ellas.

Tabla 14. Operacionalización de la variable empoderamiento organizacional

Dimensión	Indicador	Descripción	Fuente
Estructura dinámica	EOE1	Pensar diferente es algo que se valora.	Mendoza, <i>et al.</i> (2009), a partir de Matthews <i>et al.</i> (2003)
	EOE2	Se le proporciona información sobre sus objetivos.	
	EOE3	Se le proporciona información sobre el cómo serán alcanzados sus objetivos.	
	EOE4	Los empleados tienen voz para cambiar las políticas de la compañía.	
	EOE5	Se fomenta la toma de riesgos con respecto al trabajo.	
	EOE6	Al desempeñar las funciones laborales, los empleados son motivados a usar sus propias habilidades en la resolución de problemas.	
	EOE7	Se ha establecido instrucciones al brindar un servicio.	
	EOC8	Los empleados tienen voz al momento de definir sus responsabilidades laborales.	

Control de las decisiones	EOC9	Los empleados tienen voz al establecer sus propios estándares al brindar un servicio.	Mendoza, et. al. (2009), a partir de Matthews et al. (2003)
	EOC10	Los empleados pueden elegir cuándo tomar sus días de descanso.	
	EOC11	Los empleados tienen voz en el área en la que son asignados.	
	EOC12	Los empleados tienen voz al momento de la contratación de nuevos empleados.	
	EOC13	Los empleados participan en el establecimiento de su plan de retiro.	
	EOC14	Los empleados tienen la oportunidad de evaluar a su supervisor.	
Fluidez de la información	EOF15	Los empleados tienen la oportunidad de conocer la información financiera de la empresa.	Mendoza, et al. (2009), a partir de Matthews et al. (2003)
	EOF16	Se tiene una forma eficiente de difundir la información en todas las áreas de la empresa.	
	EOF17	Los empleados tienen acceso a la información de su archivo personal.	
	EOF18	Se publica información de los estímulos o bonos otorgados.	
	EOF19	Se proporciona a los empleados la información sobre sus clientes.	

Fuente: Elaboración propia.

Bloque III. Satisfacción laboral

La satisfacción laboral conforma una dimensión referente a las actitudes que, a su vez, ocupa un lugar central en la consideración central del ser humano en su trabajo, es definida como una actitud o un conjunto de actitudes que desarrolla una persona hacia su situación laboral actual (Meliá y Peiró, 1989), asimismo, la satisfacción laboral es percibida como una respuesta positiva al puesto y que es resultado de una evaluación sobre si el puesto cumple o permite cumplir los valores laborales de cada individuo (Salgado, Remeseiro y Iglesias, 1996).

En este sentido, se formula un tercer bloque en el que se mide la satisfacción laboral de las mujeres trabajadoras, para esto se utiliza la escala propuesta por Warr, Cook y Wall (1997), adaptada al español por Pérez (1999) y utilizada y validada por Boluarte (2014). Esta escala está compuesta por 15 ítems y dos dimensiones: satisfacción intrínseca con 7 ítems y satisfacción extrínseca con 8 ítems. En la investigación realizada por Boluarte, se presenta como conclusión la importancia de incluir una tercera dimensión que mide una satisfacción general con un ítem. Esta última dimensión se incluye dentro de la encuesta, sin embargo, no se consideró dentro de los análisis estadísticos debido a que al tener únicamente un ítem no era realizar un tratamiento a través de la técnica utilizada.

Tabla 15. Operacionalización de la variable satisfacción laboral

Dimensión	Indicador	Descripción	Fuente
Satisfacción intrínseca	SLI2	Con la libertad de escoger su propio método de trabajo.	(Boluarte y Merino, 2015; B. J. Pérez y Fidalgo, 1999; Warr et al., 1979)
	SLI4	Con el reconocimiento al realizar un buen trabajo.	
	SLI6	Con la cantidad de responsabilidad asignada.	
	SLI8	Con la oportunidad de usar sus habilidades.	
	SLI10	Con las oportunidades de subir de puesto.	
	SLI12	Con la atención a las sugerencias que realiza.	
	SLI14	Con la variedad de tareas que realiza.	
Satisfacción extrínseca	SLE1	Con las condiciones físicas del trabajo.	(Boluarte y Merino, 2015; B. J. Pérez y Fidalgo, 1999; Warr et al., 1979)
	SLE3	Con sus compañeros de trabajo.	
	SLE5	Con su jefe inmediato.	
	SLE7	Con la relación laboral entre la administración y los trabajadores en la empresa.	

Satisfacción extrínseca	SLE9	Con la manera en que la empresa es administrada.	Fidalgo, 1999; Warr <i>et al.</i> , 1979)
	SLE11	Con su salario.	
	SLE13	Con el horario de trabajo.	
	SLE15	Con la estabilidad laboral.	

Fuente: Elaboración propia.

Bloque IV. Aprendizaje organizacional

El aprendizaje dentro de las organizaciones es la calve para la absorción y la transmisión del conocimiento. Es, a su vez, un proceso continuo en el que los individuos actúan como vehículo de transferencia desde fuentes internas y externas.

Dentro de un cuarto bloque se incluye el constructo de aprendizaje organizacional, el cual está compuesto con preguntas referentes a cómo las trabajadoras perciben el proceso y los medios con los que se les otorga el aprendizaje para realizar sus funciones dentro de la empresa. Para este apartado, se utiliza una escala propuesta por Castañeda y Ríos (2007), debido a que esta escala ha sido elaborada con base en los elementos principales que incluyeron en escalas propuestas anteriormente, pero con un diseño enfocado a trabajadores que se desempeñan dentro de un contexto similar al que actualmente enfrenta México.

La escala está compuesta por un total de 28 ítems, divididos en tres dimensiones: individual (ítems 1 al 4), grupal (ítems 5 al 9) y organizacional (ítems 10 al 14), complementado por tres condiciones que resultan relevantes para que exista un aprendizaje organizacional: formación (ítems 24 al 28), transferencia de información (ítems 20 al 23) y cultura del aprendizaje organizacional (ítems 15 al 19).

Tabla 16. Operacionalización de la variable aprendizaje organizacional

Dimensión	Indicador	Descripción	Fuente
Aprendizaje individual	AOI1	Las personas en la organización aprenden observando a sus compañeros de trabajo.	(Castañeda y Ríos, 2007)
	AOI2	En esta entidad las personas producen conocimiento ensayando y probando.	
	AOI3	Las personas aprenden de los documentos disponibles en la entidad.	
	AOI4	En esta organización los trabajadores aprenden de las directrices que reciben de su jefe o superior.	
Aprendizaje organizacional	AO5	En la entidad las personas aprenden mediante el diálogo con otros trabajadores.	(Castañeda y Ríos, 2007)
	AO6	Las personas en la entidad aprenden cuando trabajan en grupo.	
	AO7	Las personas de la entidad aprenden cuando trabajan en grupo con entusiasmo.	
	AO8	Las personas de la entidad intercambian conocimiento libremente cuando trabajan en grupo.	
	AO9	Las personas de la entidad logran aprendizajes compartidos cuando trabajan en grupo.	
Cultura del aprendizaje organizacional	AOC10	El conocimiento con el que cuenta la entidad es aplicado por sus miembros.	(Castañeda y Ríos, 2007)
	AOC11	Entre grupos de trabajo se comparte conocimiento para resolver un problema común.	
	AOC12	La entidad responde a las presiones de cambio del entorno aprendiendo en el tiempo requerido.	

	AOC13	La entidad mejora sus procesos con base en el conocimiento de las personas que trabajan en ella.	
	AOC14	La entidad genera nuevos productos o servicios con base en el conocimiento de las personas que trabajan en ella.	
Aprendizaje grupal	AOG15	Las personas en la organización aprenden observando a sus compañeros de trabajo.	(Castañeda y Ríos, 2007)
	AOG16	En esta entidad las personas producen conocimiento ensayando y probando.	
	AOG17	Las personas aprenden de los documentos disponibles en la entidad.	
	AOG18	En esta organización los trabajadores aprenden de las directrices que reciben de su jefe o superior.	
Transferencia de información	AOT19	La información institucional requerida para el trabajo se encuentra disponible para sus miembros.	(Castañeda y Ríos, 2007)
	AOT20	Los directivos suministran a sus grupos de trabajo información de reuniones y eventos a los que ellos asisten.	
	AOT21	Los medios que la organización utiliza para el intercambio de información son eficaces.	
	AOT22	Cuando se solicita información laboral a otro compañero de trabajo ésta se obtiene en el tiempo requerido.	
Formación	AOF1	La entidad capacita a sus trabajadores.	(Castañeda y Ríos, 2007)
	AOF2	La entidad promueve el desarrollo de las habilidades de sus trabajadores.	
	AOF3	La capacitación que los trabajadores reciben de la entidad es aplicable al trabajo.	
	AOF4	La organización actualiza a los empleados sobre los cambios que ocurren en ella.	
	AOF5	Cuando un trabajador se vincula recibe inducción sobre la entidad a la que ingresa.	

Fuente: elaboración propia.

Bloque V. Redes de colaboración

Las redes sociales conforman un elemento significativo del capital social, el cual pudiera ser denominado como capital relacional, debido a que a través de ellas se incrementa el sentido de confianza y responsabilidad entre los actores, construyendo así una base importante para acciones colectivas que influyen de manera decisiva en los procesos de desarrollo (Caravaca y González, 2009). Es evidente que la proximidad territorial es fundamental para la generación de redes de colaboración, sin embargo, existen otros factores que propician estas relaciones como los aspectos socioculturales y, en el caso de la presente investigación, es importante considerar cuestiones de puestos y funciones dentro de la organización.

Dentro del quinto bloque que integra el instrumento, se incluye la variable de redes de colaboración, para su medición se ha considerado la dimensión denominada capacidades asociativas de Balesa y Ripolles (2008), la cual fue usada y validada en una investigación enfocada a Pymes en el estado de Aguascalientes por Mojica (2012). Esta dimensión está compuesta por seis ítems, con la revisión de la literatura se consultaron investigaciones referentes a la medición de redes de colaboración y se identificó la necesidad de integrar en el instrumento cuatro ítems más para complementar la medición del constructo.

Tabla 17. Operacionalización de la variable redes de colaboración

Dimensión	Indicador	Descripción	Fuente
	RC1	Confianza mutua entre socios y miembros de la industria turística.	
	RC2	Compromiso mutuo para alcanzar objetivos estratégicos compartidos al asociarse con otros.	

Redes de colaboración	RC3	Capacidad y disposición para compartir conocimientos.	(Blesa <i>et al.</i> , 2008; Mojica, 2012)
	RC4	Capacidad para crear y mantener relaciones efectivas con los clientes.	
	RC5	Capacidad y disposición para trabajar conjuntamente con socios estratégicos.	
	RC6	Capacidad y disposición para desarrollar proyectos conjuntos con socios estratégicos.	
	RC7	Interés por pertenecer a cámaras o asociaciones relacionadas con la industria turística.	
	RC8	Capacidad para hacer uso de los beneficios obtenidos de pertenecer a cámaras o asociaciones relacionadas con la industria.	
	RC9	Una baja colaboración entre las empresas se da debido a la competencia y desconfianza.	
	RC10	Existe una conciencia de los beneficios que generan las redes de colaboración.	

Fuente: Elaboración propia.

5.6. Contexto de la investigación

Esta investigación se llevará a cabo en la ciudad de Aguascalientes (Figura 20), se localiza en las coordenadas geográficas al norte 22° 27', al sur 21° 38' de latitud norte, este 101° 53', al oeste 102° 52' de longitud oeste. El estado representa aproximadamente 0.3 % de la superficie del país, y se encuentra ubicado en el centro de México; colinda al norte, noreste y oeste con Zacatecas; al sureste y sur con Jalisco. Su división política consta de 11 municipios: Aguascalientes, Asientos, Calvillo, Cosío, Jesús María, Pabellón de Arteaga, Rincón de Romos, San José de Gracia, Tepezalá, San Francisco de los Romo y El Llano (Gobierno del Estado de Aguascalientes, 2016).

Figura 20. Ubicación del estado de Aguascalientes en la República Mexicana



Fuente: Elaboración propia.

El clima en el estado de Aguascalientes es semiseco, con una temperatura media anual de 17.4°C. El periodo de lluvias corresponde al verano; en las otras estaciones del año las lluvias que se registran son de baja intensidad. Existe una región en el suroeste, enclavada en una gran parte de la Sierra El Laurel, municipio de Calvillo, que presenta un clima templado y que por tener una reducida extensión no es digna de considerarse (INEGI, 2016).

El estado de Aguascalientes es resultado de ciertas condiciones geográficas e históricas que proporcionan su fundación y desarrollo. Esta región, antes de la

conquista española, era ocupada por diversas tribus nómadas y belicosas de origen chichimeca. Por este territorio pasaba la ruta de la plata, proveniente de las minas del estado vecino de Zacatecas y con rumbo a la capital de la Nueva España. Con el tiempo, en los alrededores se fueron asentando prestadores de servicios, agricultores y comerciantes, conformando pequeñas poblaciones.

Un 22 de octubre de 1575, se funda la antigua Villa de Nuestra Señora de la Asunción de las Aguas Calientes, que debe su nombre a la abundancia de aguas termales en la zona. Por otra parte, las mujeres de ese tiempo se dedicaban a elaborar el deshilado, los bordados y encajarías que las naves españolas trajeron a estas tierras, y después de la Segunda Guerra Mundial, la industria irrumpió con sus producciones masivas, aquella maestría familiar heredada se convirtió en el gran centro textil y de la confección que hoy nos da renombre.

Durante la Colonia, Aguascalientes formó parte del reino de la Nueva Galicia, cuya audiencia y gubernatura tenían asiento en Guadalajara, y después de la Independencia pasó a ser un estado de Zacatecas y el 23 de mayo de 1835 logró su separación para constituirse en estado libre y soberano.

En la actualidad, el estado de Aguascalientes ocupa el puesto del primer productor nacional de guayaba, importante cantidad de exportación de verduras congeladas y fuertes cosecheros de durazno, además de una gran importancia en el sector automotriz (Gobierno del Estado de Aguascalientes, 2016).

En comparación con los demás estados de la República Mexicana, Aguascalientes representa 0.29 % del territorio, 81% de su población es urbana y 19 % es rural, tiene una población total de 1,213,544 habitantes, de los cuales 672,453 (55.41 %) son mujeres y 640,091 (52.74 %) son hombres. Además, el estado aporta 1.2 % del PIB nacional (INEGI, 2018).

5.7. Muestreo

Dentro de este apartado se describirá el proceso que se siguió para seleccionar el total de las empresas que participarán en el estudio. Para tal efecto fue necesario primero analizar la población objeto de estudio y posteriormente se analizó la selección de la muestra, para determinar la cantidad de mujeres a las que se les aplicó la encuesta.

4.7.1. Población objeto de estudio

Las mujeres que trabajan dentro de una micro, pequeña o mediana empresa serán consideradas como la unidad de análisis en la presente investigación. El enfoque tan específico del presente estudio tiene su sustento bajo los siguientes argumentos:

1. La importancia de la aportación económica que tiene el turismo a nivel nacional, ya que tiene una aportación de 8.7 % del PIB, además de esto, a nivel estatal las empresas relacionadas con el turismo aportan 49.65 % a la economía de Aguascalientes.
2. Desde hace algunos años, Aguascalientes se ha venido posicionando como un estado dinámico, con características y fortalezas únicas, siendo su ubicación una de ellas, la cual ha permitido desarrollar infraestructura industrial y de servicios turísticos de primer nivel.
3. Con base en el punto anterior, el Gobierno del Estado, a través del Programa Sectorial 2016-2022, se ha comprometido a potencializar el capital humano por medio de la implementación de herramientas para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas, con la búsqueda de iniciativas viables para generar un clima favorable para el desarrollo del campo, de los empleos de calidad y del turismo responsable.
4. El incremento anual de turistas que pernoctan por lo menos una noche en el estado, ya que según datos de la Secretaría de Turismo mediante el Sistema DataTur, a partir del 2009 la actividad hotelera ha incrementado en más de

dos puntos porcentuales por año, en 2018 incrementó 6.05 % con respecto al año anterior.

5. La tendencia de un aumento exponencial en la oferta de establecimientos de alojamiento ya que en 2012 se tenía un total de 120 hoteles registrados a diferencia del 2017 que cerró con 185 empresas. Esto refleja el resultado de la demanda constante de estos servicios y conlleva al fortalecimiento de la industria turística, específicamente de las Pymes, a fin de lograr una mayor competitividad empresarial y un mayor desempeño en sus trabajadores.
6. El gasto promedio por familia en el estado de Aguascalientes se invierte principalmente en alimentos y bebidas, seguido por vivienda, agua y transporte, y en siguiente lugar se gasta en restaurantes y hoteles (INEGI, 2017). Aunque si bien es cierto que los mismos habitantes no se pueden considerar como turistas, dejan en estos establecimientos una derrama económica bastante considerable.

Es por lo anterior que la presente investigación ha tenido un enfoque orientado exclusivamente en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico en el estado de Aguascalientes, teniendo como unidad de estudio a las mujeres que trabajan en esas empresas.

4.7.2. Selección de la muestra

Dentro de la presente investigación se planteó como objetivo general conocer el impacto de las cuatro variables, anteriormente mencionadas, en las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes, para esto se tomarán en cuenta los lugares del estado con una mayor participación de empresas turísticas, lo que quiere decir que se van a considerar los tres Pueblos Mágicos con los que se cuenta y la ciudad capital. Para el análisis se ha considerado como empresa turística aquella que esté involucrada en la elaboración de alimentos y

bebidas, en servicios de alojamiento, transporte turístico, agencias de viajes, ocio y artesanías.

Para realizar la selección de la muestra se tomó como referencia el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI (2018), con la finalidad principal de contar con una base de datos de las empresas que hasta el momento se encontraban registradas y que además de esto tuviesen de 1 a 250 trabajadores.

A continuación, para identificar y delimitar la muestra, lo primero que se realizará será conocer el número de empresas por cada sector (Tabla 18), debido a que se tiene como objetivo principal analizar solamente a las micro, pequeñas y medianas empresas, se tomará en cuenta la clasificación propuesta por el *Diario Oficial de la Federación* (2009) para las empresas del sector servicios.

Tabla 18. Estratificación de las empresas del sector servicios

Tamaño de la empresa	Estratificación por no. de empleados
Empresas micro	Hasta 10
Empresas pequeñas	11 a 50
Empresas medianas	51 a 100
Empresas grandes	Más de 100

Fuente: Elaboración propia con base en el *Diario Oficial de la Federación* (2009).

Como ya se ha mostrado en la Tabla anterior, la clasificación de las empresas por número de empleados en el sector servicios es para las micro hasta diez empleados, las pequeñas de 11 a 50 y las medianas de 51 a 100 empleados. A continuación, se presentan los datos del número de empresas por actividad económica del sector turístico.

Se debe considerar que existe una gran diversidad en cuanto a la oferta de servicios turísticos, ya que éstos van desde información al turista hasta transporte, incluyendo las empresas de alojamiento y los espacios recreativos y de ocio

(Berastain, 2006). Por lo tanto, se tomará en cuenta la segmentación de empresas turísticas propuesta por Berastain, quien propone las siguientes: alojamiento (hotel, apartamentos, casa rural), restauración (bar, restaurante, cafetería), transporte (compañía aérea, naviera, autocares, coches de renta), ocio (espectáculos, casinos, museos, instalaciones deportivas, etcétera), e intermediarios (agencias de viaje, organización de paquetes turísticos, artesanías, etcétera).

Tabla 19. Estratificación de las empresas por número de empleados

Tamaño de la empresa	Alojamiento	Alimentos y bebidas	Transporte	Ocio	Intermediarios (Agencias de viaje)	Intermediarios (Artesanías)
Micro	105	7,189	125	693	199	946
Pequeñas	35	200	54	60	7	62
Medianas	9	6	9	4	0	4
Grandes	3	3	8	4	0	6
Total	152	7,398	196	761	206	1,018

Fuente: Elaboración propia con base en el *Diario Oficial de la Federación* (2009) y en el DENUE (2016).

Con base en la información anterior, se reporta que existe un total de 9,731 empresas del sector turístico en el estado de Aguascalientes, de las cuales un total de 9,707 son las que cumplen con el requisito de pertenecer al tamaño de micro, pequeñas o medianas empresas.

4.7.3. Muestra

Una vez realizado el análisis del total de Pymes del sector turístico que hay en el estado de Aguascalientes, se logró identificar un total de 8,319 empresas que tienen de 1 hasta 100 trabajadores, sin embargo, es muy importante recalcar que nuestra unidad de análisis no es en sí las empresas, sino las mujeres que trabajan dentro de las mismas y para lo cual no existe como tal un registro que nos indique con exactitud cuántas mujeres laboran en dichas empresas, por lo que para calcular el tamaño de la muestra se realizó un cálculo utilizando la fórmula para un universo

indefinido, la cual se muestra a continuación, para ésta se tomó en consideración un valor de 50 % para una probabilidad de éxito y 50 % de fracaso con un factor de certidumbre de 95 %, así como una probabilidad de error de 5 %.

$$n = \frac{Z^2 pq}{s^2}$$

Por lo tanto,

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5 * 0.5)}{(0.05)^2} = \mathbf{384.16}$$
 por lo tanto, 385 mujeres.

En donde:

n= el tamaño de la muestra.

p= probabilidad de éxito.

q= probabilidad de fracaso.

Z= valor obtenido mediante los niveles de confianza. Es un dato constante que tiene un valor de 1.96 con base en el porcentaje de su confianza en 95 %.

s= error máximo permisible.

Con base en el procedimiento estadístico para realizar el cálculo de la determinación de la muestra, se obtuvo como resultado un total de 385 mujeres que trabajan dentro de alguna micro, pequeña o mediana empresa turística en el estado de Aguascalientes, considerando un universo indefinido, con un nivel de confianza de 95 % y +- 5 % de error muestral.

En este sentido, se tomó la decisión de aplicar las 385 encuestas a un número igual o superior de trabajadores, con la finalidad de descartar después, para la

presente investigación, las encuestas respondidas por hombres y las que se consideren como inválidas por falta de información.

Al haber obtenido una muestra superior a la indicada por la fórmula, logró que se cumpliera con los requerimientos necesarios para realizar el análisis multivariado de los datos a través de la técnica estadística de segunda generación, sabiendo así que para la modelización de ecuaciones estructurales es necesario contar con un mínimo de encuestas válidas para su correcto análisis.

Por lo tanto, a partir de la descrita determinación de la muestra, a continuación en la Tabla 20 se presenta la ficha técnica en la que se resumen los aspectos más relevantes del diseño de la investigación.

Tabla 20. Ficha técnica del diseño de la investigación

Características	Encuesta
Tipo de investigación	Empírica, descriptiva, explicativa, no experimental y transversal
Enfoque	Cuantitativa
Unidad de análisis	Mujeres que trabajan dentro de una Pyme turística
Área geográfica	Estado de Aguascalientes, México
Universo	Indefinido (falta de registro documental)
Método de recolección	Encuesta personal a mujeres que trabajan dentro de una Pyme
Método de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Tamaño de la muestra	385 mujeres
Margen de error del muestreo	+/- 5 % error, nivel de confiabilidad de 95 % ($p=q=0.5$)
Trabajo de campo	Abril-Septiembre 2017

Fuente: Elaboración propia.

4.7.4. Recolección de datos

En la realización de la presente investigación se utilizaron dos fuentes de información, los datos primarios y los datos secundarios. Como fuentes secundarias se utilizaron libros, revistas científicas, artículos, bases de datos y páginas de

internet, todo ello para obtener la información necesaria respecto a cada uno de los constructos y sobre los datos que se consideraron necesarios para sustentar de manera teórica cada uno de los puntos contenidos dentro del presente trabajo.

En cuanto a los datos primarios, se aplicaron encuestas personales a las trabajadoras de micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico en los tres Pueblos Mágicos (Asientos, Calvillo y San José de Gracia) y en el municipio de Aguascalientes.

En este sentido, se comenzó con un pilotaje del instrumento en el mes de febrero del 2017 con la finalidad de revisar si existía claridad en las preguntas al momento de que eran planteadas. Para dicha prueba se seleccionó una muestra de 20 empresarios del sector hotelero y restaurantero pertenecientes al municipio de Calvillo, quienes participaron en un grupo de enfoque.

Esa técnica comenzó con una breve explicación por parte del investigador hacia los empresarios sobre el objetivo y los alcances de la investigación, ellos compartieron sus inquietudes y aportaron información relevante con respecto al tema de la investigación, se mostraron con una buena actitud y abiertos a que en sus empresas después se les aplicara el instrumento a sus colaboradores. Posteriormente se tuvo un acercamiento con cada uno de ellos para aplicarles la encuesta, durante este proceso ellos comenzaron a responder y a externar algunas dudas en cuanto a la redacción de las preguntas y al significado práctico de algunas palabras técnicas.

Para la recolección de datos, se realizó previamente un análisis para identificar de manera clara el número de empresas por tamaño y giro que se encontraban ubicadas en las zonas geográficas que se seleccionaron, estas fueron Aguascalientes, Asientos, Calvillo y San José de Gracia.

5.8. Pruebas de fiabilidad y validez del modelo teórico

Las pruebas de fiabilidad y validez son realizadas con el principal objetivo de verificar que las escalas utilizadas cuentan con la pertinencia adecuada, es decir, que cada una de las preguntas tengan relación con lo que se pretende medir y que las respuestas que han dado las mujeres trabajadoras efectivamente estén indicando de manera real el comportamiento de los datos analizados y que cuenten con una variación propia del análisis, sin ser una serie de valores sin valor.

El caso específico de las pruebas de fiabilidad éstas tienen como propósito verificar la pertinencia en la realización de las preguntas que conformaron cada una de las escalas en cada dimensión que las componen, y verificar de esta manera que las respuestas que se obtuvieron fuesen lo suficientemente variables como para identificar que no hayan sido respondidas de manera automática y sin pensar en lo certero. Mientras que las pruebas de validez se realizaron con el propósito de verificar la ausencia de covarianza entre los resultados de cada una de las dimensiones y determinar si cada una de ellas realmente está midiendo y verificando que no existan dos dimensiones que midan en un alto grado lo mismo.

Con base en lo anterior, se realizan las pruebas de validez y fiabilidad para cada una de las dimensiones de los constructos que conforman el modelo propuesto para dicha investigación. Para tal efecto se realiza un análisis factorial confirmatorio (AFC), ya que de acuerdo con Arias (2008) es conveniente sintetizar todos los elementos relevantes del modelo propuesto y fundamentarlos estadísticamente, además de lo que ya se ha confirmado previamente en la teoría conocida, permitiendo así identificar el valor de las cargas factoriales de cada ítem para conocer qué tanto aportan a la variable observada y de esta manera lograr ajustar el modelo teórico.

El análisis factorial confirmatorio es una técnica de bastante utilidad al momento de realizar pruebas de hipótesis y confirmación de teorías, ya que permite

delimitar los otros dos tipos de fiabilidad que se requieren: el índice de fiabilidad compuesta (IFC) que representa el grado en el que los indicadores muestran el constructo común latente, debiendo reflejar un valor de 0.7 (Hair, Anderson, Tashakkori y Black, 1998), y el índice de la varianza extraída (IVE), que es una medida complementaria del valor de la fiabilidad del constructo (Hair *et al.*, 1998), difiere del IVE en razón de que para su cálculo se consideran las ponderaciones estandarizadas elevándolas al cuadrado antes de sumarlas y se recomienda un valor superior a 0.5 para cada constructo (Cuevas y Estrada, 2017).

Además de realizar los cálculos anteriormente mencionados, se calcula también el coeficiente Alfa de Cronbach, ya que es una de las medidas más utilizadas para los estudios en las ciencias sociales. Con base en los autores Nunnally y Bernstein (1994), los coeficientes para un nivel preliminar de las escalas deberán de tener un valor de al menos 0.7 y tras los ajustes necesarios de la escala, este valor no podrá ser inferior a 0.8. Por su parte, los autores George y Mallery (2003) sugieren los siguientes valores para el valor de alfa:

- Coeficiente alfa > .9 Excelente
- Coeficiente alfa > .8 Bueno
- Coeficiente alfa > .7 Aceptable
- Coeficiente alfa > .6 Cuestionable
- Coeficiente alfa > .5 Pobre
- Coeficiente alfa < .5 Inaceptable

A continuación, se presenta en la Figura 21 los valores del alfa de Cronbach del índice de fiabilidad compuesta y del índice de varianza extraída, que se consideran aceptables dependiendo de cada autor.

Figura 21. Índices de fiabilidad

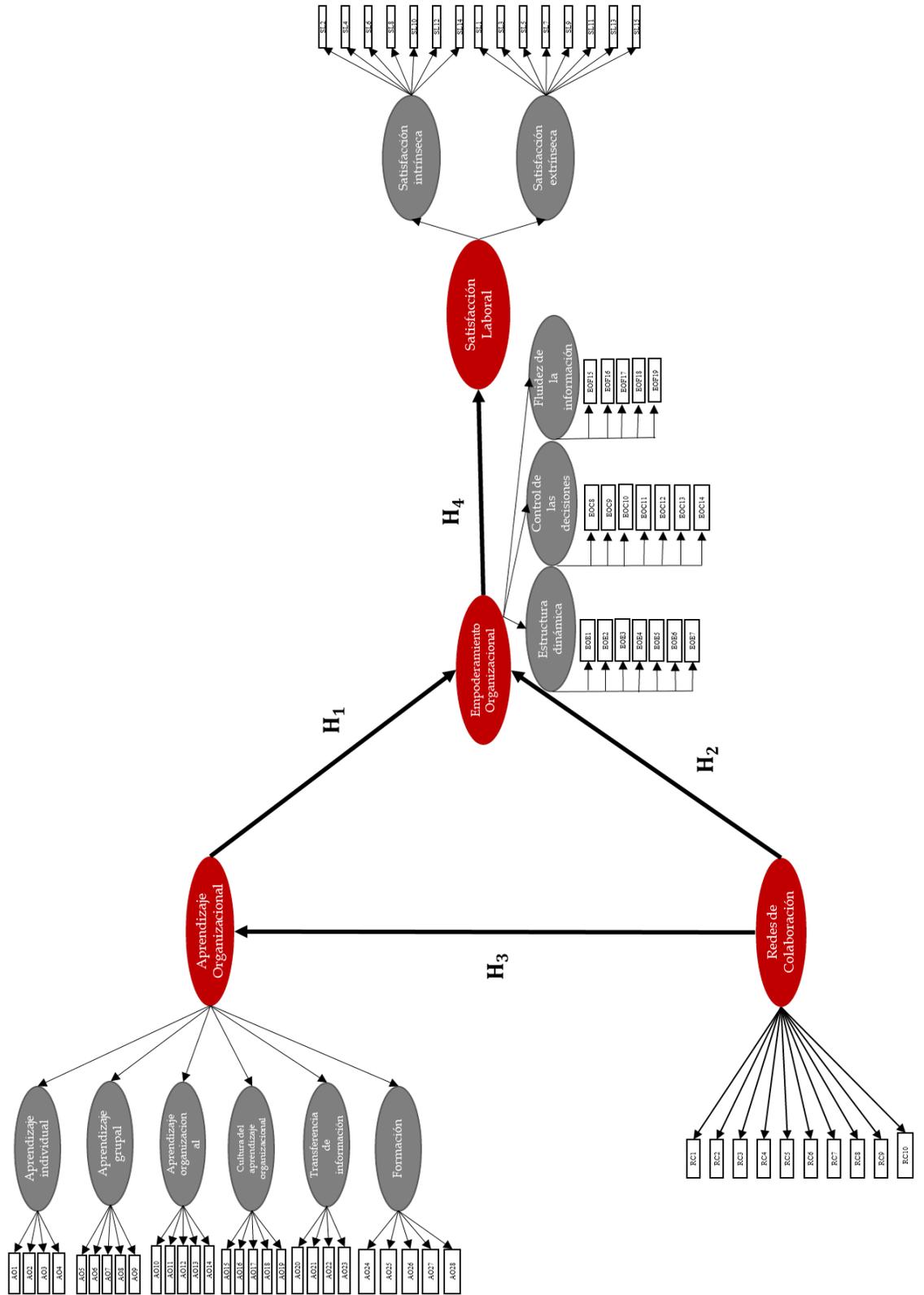
	Indicador	Criterio	Fuente
	Alfa de Cronbach	> 0.7	Nunnally y Bernstein (1994), Peterson (1994)

Análisis de fiabilidad	Índice de fiabilidad	> 0.7	Fornell y Larcker (1981)
	compuesta	> 0.6	Bagozzi y Yi (1988)
	Índice de varianza extraída	> 0.5	Fornell y Larcker (1981)

Fuente: Cuevas y Estrada (2016).

Continuando con el análisis del modelo y como punto de partida para realizar las pruebas necesarias de validación, se presenta en la Figura 22 el modelo teórico completo con los cuatro constructos que lo componen, sus dimensiones y las variables o ítems con los que fueron medidos.

Figura 22. Dimensiones del modelo teórico



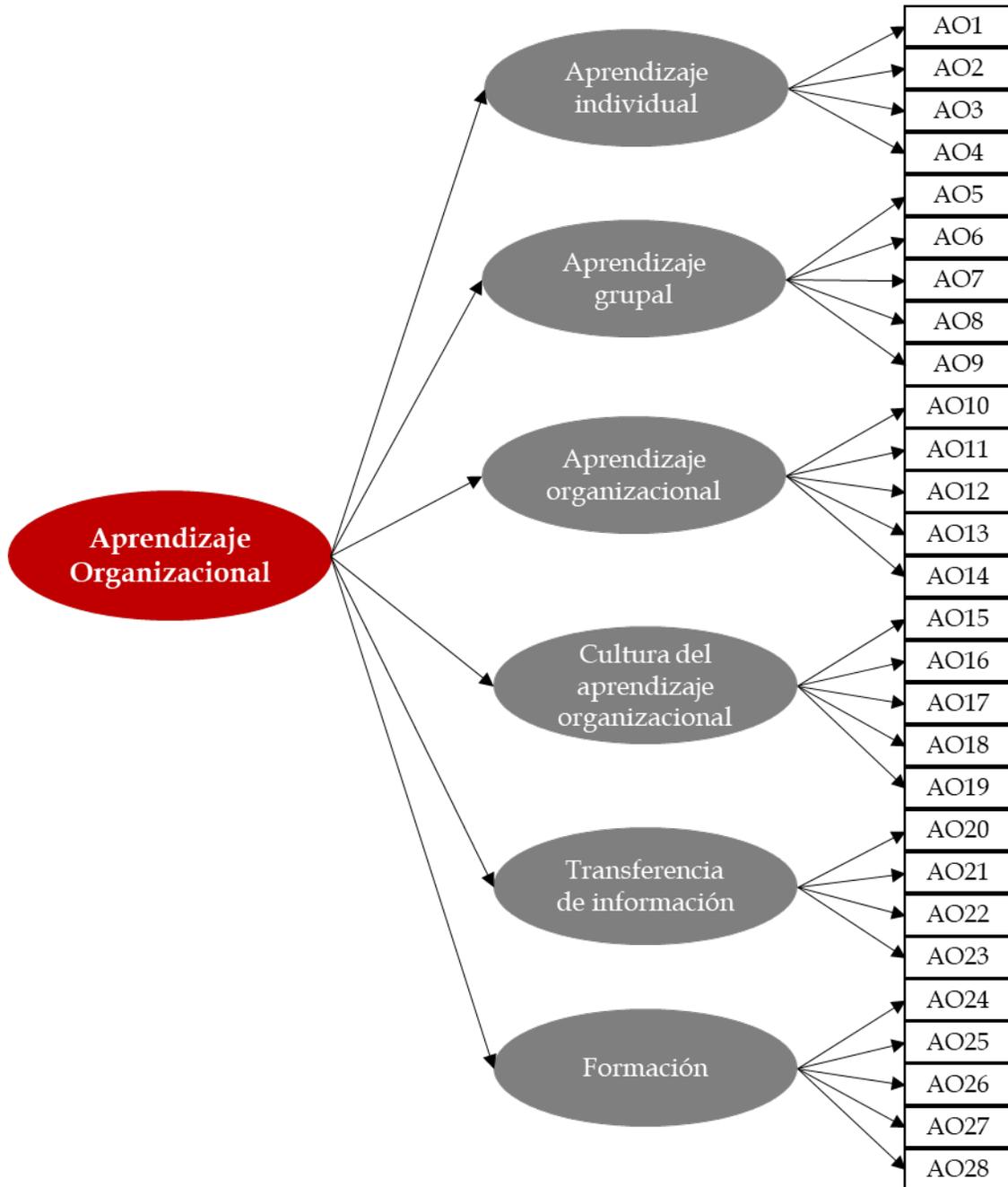
Fuente: Elaboración propia.

4.8.1. Fiabilidad y validez del constructo aprendizaje organizacional

El factor de aprendizaje organizacional es considerado de segundo orden debido a que cuenta con seis dimensiones: aprendizaje individual, aprendizaje grupal, aprendizaje organizacional, cultura del aprendizaje organizacional, transferencia de información y formación, las cuales se están midiendo, a su vez, por distintos ítems, sumando en total 28 preguntas.

Las pruebas de fiabilidad y validez de este constructo se realizaron con base en los datos de la muestra recolectada y se efectuaron las pruebas necesarias para cada una de las dimensiones de forma individual y, a su vez, de cada una de las variables que las componen. A continuación se presenta la Figura 23 en la que se muestra el aprendizaje organizacional, sus factores y sus variables.

Figura 23. Despliegue del constructo aprendizaje organizacional



Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 23 se identifica de manera visual cómo se encuentra dividido el constructo, con cada una de las seis dimensiones y, a su vez, los ítems o variables

que componen a cada una de ellas. A continuación, para su análisis, primero se realizará una medición de cada variable agrupándola en sus dimensiones.

Aprendizaje individual

Comenzando con el primer factor del constructo que cuenta con cuatro variables interactuando entre sí, se presentan los resultados de las pruebas de fiabilidad y validez realizadas.

Tabla 21. Prueba de fiabilidad para el aprendizaje individual correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC = $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2 +$	Indice de Varianza Extraída IVE = $(\sum L_{ij}^2) / (\sum L_{ij}^2 +$
Aprendizaje individual	AOI1	0.752	0.566	0.434	0.661	0.791	0.667
	AOI2	0.807	0.651	0.349			
	AOI3	0.472	0.223	0.777			
	AOI4	0.736	0.542	0.458			
	Σ	2.767	1.981	2.019			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se puede observar en la Tabla 23, el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.661, por lo que es considerado como pobre al ser superior a 0.6 pero aceptable debido a que casi se aproxima a 0.7, por lo tanto, se determinó que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Otras de las pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta (IFC), para éstas debe haber un valor superior a 0.6 para ser aceptado (Bagozzi y Yi, 1988), y el índice de varianza extraída (IVE), el cual debe tener un valor superior al parámetro mínimo aceptado de 0.5 (Fornell y Larcker, 1981). Se observa que para el

aprendizaje individual se tiene un valor para el IFC de 0.791 y para el IVE de 0.495, de manera que por muy poco no se cumplió la condición mínima requerida, lo que indica que para alcanzar el valor aceptado se debe hacer un ajuste en este factor.

Por otra parte, se observa que en cuanto a la carga factorial obtenida de cada una de las variables, debe de ser mayor a 0.5 (Jöreskog y Sörbom, 1993), por lo que para realizar el ajuste de este modelo se identifica que la variable AO13 tiene un valor de 0.472 y no está cumpliendo con el valor recomendado, por lo tanto, pudiese ser la variable más indicada para ser eliminada de la dimensión y posteriormente realizar el análisis con el propósito de verificar su fiabilidad. Una vez ajustada esta dimensión, se lograrán obtener los valores necesarios y se podrá realizar así el cálculo del impacto entre constructos.

Aprendizaje grupal

La segunda dimensión que presenta el constructo es el aprendizaje grupal, integrada por cinco variables por las que está siendo medida. A continuación se presenta en la Tabla 24 los indicadores que arrojó su análisis estadístico.

Tabla 22. Prueba de fiabilidad para el aprendizaje grupal correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC = $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2 +$	Indice de Varianza Extraída IVE = $(\sum L_{ij}^2 / \sum L_{ij}^2 +$
Aprendizaje grupal	AO5	0.628	0.394	0.606	0.878	0.879	0.598
	AO6	0.964	0.929	0.071			
	AO7	0.810	0.656	0.344			
	AO8	0.711	0.506	0.494			
	AO9	0.712	0.507	0.493			
	Σ	3.825	2.992	2.008			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se observa en la Tabla 24, el resultado para el cálculo del alfa de Cronbach es de 0.878, siendo evidentemente superior a 0.7, lo que indica que cuenta con la pertinencia necesaria ya que los ítems no son repetitivos entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El valor del IFC es de 0.879 y el IVE es de 0.598, lo que indica que concuerdan con lo que marca la teoría (Bagozzi y Yi, 1988; Fornell y Larcker, 1981), por lo que no es necesario eliminar alguna variable, ya que todas cumplen con este indicador y este modelo sí refleja la realidad de lo que se está midiendo.

Aprendizaje organizacional

El siguiente factor del constructo es llamado aprendizaje organizacional, cuenta con cinco ítems interactuando entre sí. A continuación (Tabla 25) se presentan los resultados de las pruebas de fiabilidad y validez elaboradas.

Tabla 23. Prueba de fiabilidad para el aprendizaje organizacional correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Índice de Fiabilidad Compuesta IFC = $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2 +$	Índice de Varianza Extraída IVE = $(\sum L_{ij}^2) / (\sum L_{ij}^2 +$
Aprendizaje organizacional	AOC10	0.692	0.479	0.521	0.790	0.815	0.474
	AOC11	0.734	0.539	0.461			
	AOC12	0.486	0.236	0.764			
	AOC13	0.735	0.540	0.460			
	AOC14	0.758	0.575	0.425			
	Σ	3.405	2.369	2.631			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Se observa en la Tabla anterior que el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.790, superior a 0.7, por lo que con esto se llega a determinar que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y

se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Las siguientes pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta y el índice de varianza extraída, observando en la Tabla 25 que para el aprendizaje organizacional se tiene un valor para el IFC de 0.815 y para el IVE de 0.474, de tal manera que por muy poco no se cumplió la condición mínima requerida, lo que indica que para alcanzar el valor aceptado se debe hacer un ajuste en este factor. Por otra parte, se observa que en cuanto a la carga factorial obtenida de cada una de las variables, en todas se cumple la condición de ser mayor a 0.5 (Jöreskog y Sörbom, 1993), por lo que para este modelo no se eliminará ninguna de ellas.

Cultura del aprendizaje organizacional

Continuando con el análisis de cada una de las dimensiones, se tiene la cultura del aprendizaje organizacional, el cual cuenta con cinco ítems interactuando entre sí. A continuación se presentan los resultados de las pruebas de fiabilidad y validez elaboradas (Tabla 26).

Tabla 24. Prueba de fiabilidad para la cultura del aprendizaje organizacional correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC = $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2 +$	Indice de Varianza Extraída IVE = $(\sum L_{ij}^2) / (\sum L_{ij}^2 +$
Cultura del aprendizaje organizacional	AOG15	0.523	0.274	0.726	0.731	0.757	0.388
	AOG16	0.546	0.298	0.702			
	AOG17	0.628	0.394	0.606			
	AOG18	0.685	0.469	0.531			
	AOG19	0.710	0.504	0.496			
	Σ	3.092	1.939	3.061			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se observa en la Tabla anterior, el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.731, superior a 0.7, por lo que con esto se llega a determinar que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Las siguientes pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta y el índice de varianza extraída, observando en la Tabla 26 que para la cultura del aprendizaje organizacional se tiene un valor para el IFC de 0.757 y para el IVE de 0.388, de manera que por muy poco no se cumplió la condición mínima requerida, lo que indica que para alcanzar el valor aceptado se debe hacer un ajuste en este factor. Por otra parte, se observa que en cuanto a la carga factorial obtenida de cada una de las variables, en todas se cumple la condición de ser mayor a 0.5 (Jöreskog y Sörbom, 1993), por lo que para este modelo no se eliminará ninguna de ellas.

Transferencia de información

La quinta dimensión que compone el constructo es la transferencia de información, la cual está integrada por cuatro variables por las que está siendo medida. A continuación se presentan en la Tabla 27 los indicadores que arrojó su análisis estadístico.

Tabla 25. Prueba de fiabilidad para la transferencia de información correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandariz	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2 +$	Indice de Varianza Extraída IVE= $(\sum L_{ij}^2) / (\sum L_{ij}^2 +$
Transferencia de información	AOT20	0.846	0.716	0.284	0.814	0.889	0.667
	AOT21	0.836	0.699	0.301			
	AOT22	0.850	0.723	0.278			
	AOT23	0.728	0.530	0.470			
	Σ	3.260	2.667	1.333			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se puede observar en la Tabla 27, el resultado para el cálculo del alfa de Cronbach es de 0.814, siendo evidentemente superior a 0.7, lo que indica que cuenta con la pertinencia necesaria ya que los ítems no son repetitivos entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El valor del IFC es de 0.889 y el IVE es de 0.667, lo que indica que concuerdan con lo que marca la teoría (Bagozzi y Yi, 1988; Fornell y Larcker, 1981), por lo que el modelo se encuentra ajustado, ya que no existe covarianza entre ellas y cada una está midiendo lo que debe medir y ninguna mide lo mismo.

Formación

Se presenta a continuación la última dimensión que compone el constructo de aprendizaje organizacional, la cual es la formación y está integrada por cinco ítems, en la Tabla 28 se presentan los indicadores que arrojó su análisis estadístico.

Tabla 26. Prueba de fiabilidad para la formación correspondiente al constructo de aprendizaje organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC = $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2 +$	Indice de Varianza Extraída IVE = $(\sum L_{ij}^2) / (\sum L_{ij}^2 +$
Formación	AOF24	0.783	0.613	0.387	0.876	0.903	0.650
	AOF25	0.843	0.711	0.289			
	AOF26	0.778	0.605	0.395			
	AOF27	0.827	0.684	0.316			
	AOF28	0.797	0.635	0.365			
	Σ	4.028	3.248	1.752			

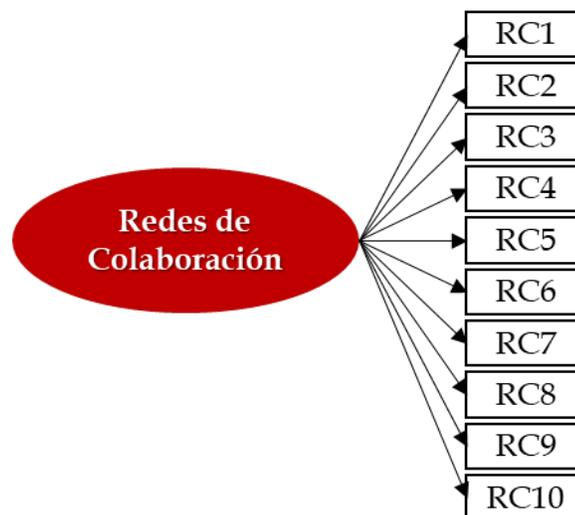
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se puede observar en la Tabla 28, el resultado para el cálculo del alfa de Cronbach es de 0.876, siendo superior a 0.7, lo que indica que cuenta con la pertinencia necesaria ya que los ítems no son repetitivos entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Para los valores de la validez como lo es el IFC se obtiene un resultado 0.903 y para el IVE de 0.650, lo que indica que concuerdan con lo que marca la teoría (Bagozzi y Yi, 1988; Fornell y Larcker, 1981), por lo que el modelo se encuentra ajustado, ya que no existe covarianza entre ellas y cada una está midiendo lo que debe medir y ninguna mide lo mismo.

4.8.2. *Fiabilidad y validez del constructo redes de colaboración*

El siguiente constructo que se va a analizar es el de redes de colaboración, el cual es considerado de primer orden, debido a que está siendo medido de manera directa por medio de 10 ítems, en la Figura 24 se puede observar el modelo que representa a dicho constructo y a sus variables.

Figura 24. Despliegue del constructo redes de colaboración



Fuente: Elaboración propia.

Con base en la estructura que presenta el constructo de redes de colaboración se realizan los análisis estadísticos para las pruebas de fiabilidad y validez, los cuales se muestran a continuación.

Tabla 27. Prueba de fiabilidad para el constructo redes de colaboración

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Índice de Fiabilidad Compuesta a IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum \dots)$	Índice de Fiabilidad Compuesta a IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum \dots)$
Redes de colaboración	RC1	0.795	0.632	0.368	0.886	0.904	0.493
	RC2	0.771	0.594	0.406			
	RC3	0.609	0.371	0.629			
	RC4	0.594	0.353	0.647			
	RC5	0.739	0.546	0.454			
	RC6	0.729	0.531	0.469			
	RC7	0.829	0.687	0.313			
	RC8	0.787	0.619	0.381			
	RC9	0.432	0.187	0.813			
	RC10	0.640	0.410	0.590			
	Σ	6.925	4.931	5.069			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Se observa en la Tabla 29 que el valor obtenido para el alfa de Cronbach es de 0.886, superior a 0.7, por lo que con esto se llega a determinar que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

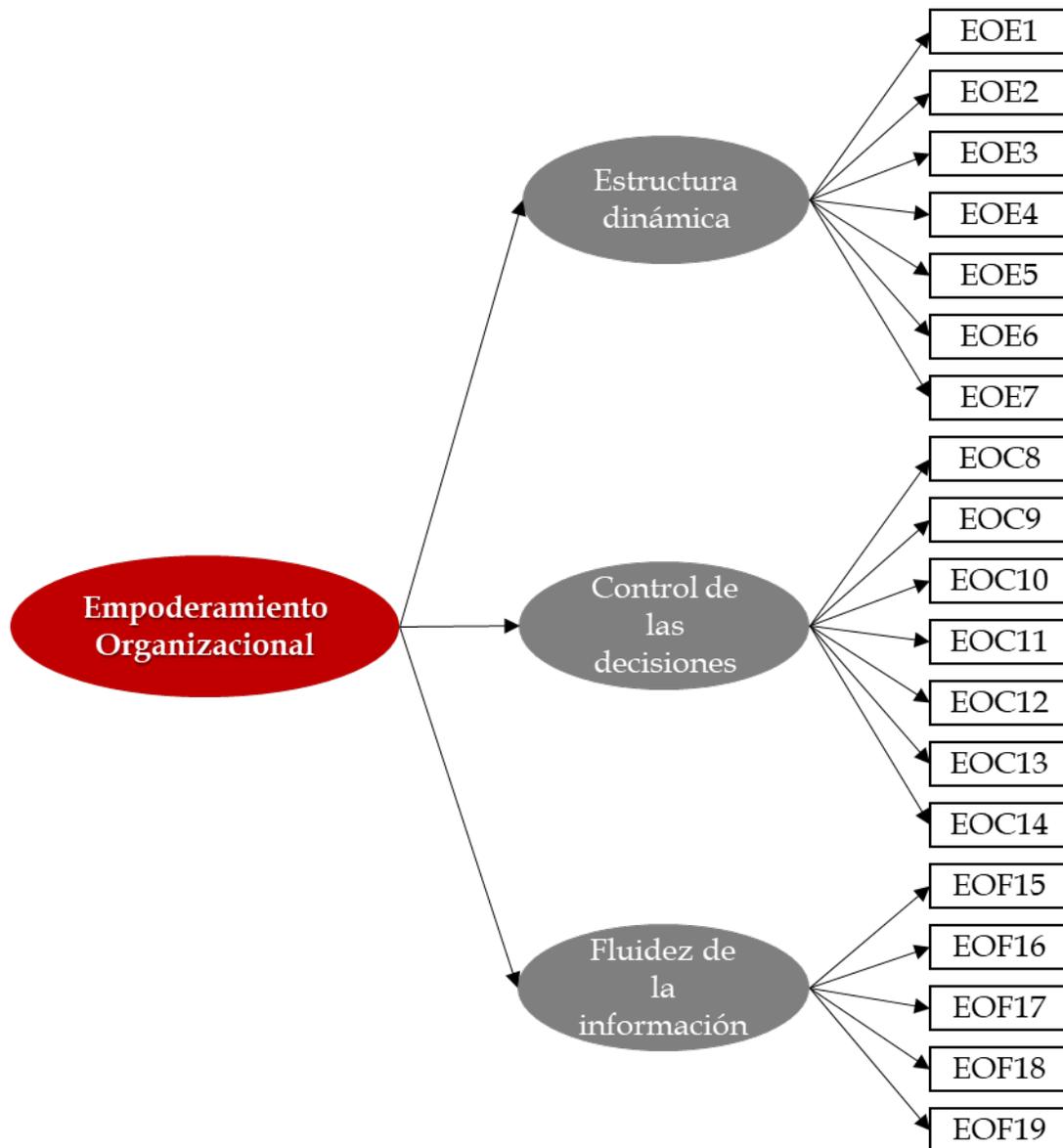
Las siguientes pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta y el índice de varianza extraída, observando en la Tabla 29 que para las redes de colaboración se tiene un valor para el IFC de 0.904 y para el IVE de 0.493, de manera que por muy poco no se cumplió la condición mínima requerida, lo que indica que para alcanzar el valor aceptado se debe hacer un ajuste en este factor.

Por otra parte, se observa que en cuanto a la carga factorial obtenida de cada una de las variables, debe ser mayor a 0.5 (Jöreskog y Sörbom, 1993), por lo que para realizar el ajuste de este modelo se identifica que la variable RC9 tiene un valor de 0.432 y no está cumpliendo con el valor recomendado, por lo tanto, ésta pudiese ser la variable más indicada para ser eliminada de la dimensión y posteriormente realizar el análisis, con el propósito de verificar su fiabilidad. Una vez ajustada esta dimensión, se logrará obtener los valores necesarios y se podrá realizar así el cálculo del impacto entre constructos.

4.8.3. Fiabilidad y validez del constructo empoderamiento organizacional

A continuación, se presenta en la Figura 25 el diagrama que representa al constructo de empoderamiento organizacional, el cual se compone de tres dimensiones que son medidas mediadas por diversos ítems cada una. El empoderamiento organizacional es considerado de segundo orden, debido a que no es medido de manera directa, sino a través de sus dimensiones.

Figura 25. Despliegue del constructo empoderamiento organizacional



Fuente: Elaboración propia.

Con base en el diagrama presentado anteriormente, se realizaron los cálculos estadísticos para determinar los índices necesarios en las pruebas de fiabilidad y

validez, por lo que es necesario relacionar cada una de las dimensiones con sus ítems correspondientes.

Estructura dinámica

El primer factor que compone el constructo empoderamiento organizacional es denominado estructura dinámica, en cual cuenta con siete ítems o variables interactuando entre sí, se presentan a continuación los resultados de las pruebas de fiabilidad y validez realizadas.

Tabla 28. Prueba de fiabilidad para la estructura dinámica correspondiente al constructo de empoderamiento organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuest a IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum \dots)$	Indice de Fiabilidad Compuest a IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum \dots)$
Estructura dinámica	EOE1	0.807	0.651	0.349	0.894	0.926	0.641
	EOE2	0.923	0.852	0.148			
	EOE3	0.845	0.714	0.286			
	EOE4	0.717	0.514	0.486			
	EOE5	0.775	0.601	0.399			
	EOE6	0.770	0.593	0.407			
	EOE7	0.752	0.566	0.434			
	Σ	5.589	4.490	2.510			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se puede observar en la Tabla 30, el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.894, por lo que es considerado como bueno, es así que se determinó que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Otras de las pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta (IFC), para éstas se debe tener un valor superior a 0.6 para ser aceptado (Bagozzi y

Yi, 1988) y el índice de varianza extraída (IVE), el cual debe tener un valor superior al parámetro mínimo aceptado de 0.5 (Fornell y Larcker, 1981). Se observa que para el aprendizaje individual se tiene un valor para el IFC de 0.926 y para el IVE de 0.641, de manera que se determina que no existe covarianza entre ellas y el modelo se encuentra ajustado.

Control de las decisiones

Continuando con el análisis estadístico de las dimensiones del constructo empoderamiento organizacional, se presenta a continuación el factor control de las decisiones (Tabla 31), el cual está integrado por siete ítems.

Tabla 29. Prueba de fiabilidad para el control de las decisiones correspondiente al constructo de empoderamiento organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC = $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2 +$	Indice de Varianza Extraída IVE = $(\sum L_{ij}^2) / \sum L_{ij}^2 +$
Control de las decisiones	EOC8	0.858	0.736	0.264	0.709	0.717	0.368
	EOC9	0.835	0.697	0.303			
	EOC10	0.523	0.274	0.726			
	EOC11	0.792	0.627	0.373			
	EOC12	0.447	0.200	0.800			
	EOC13	0.247	0.061	0.939			
	EOC14	0.351	0.123	0.877			
	Σ	4.053	2.718	4.282			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se puede observar en la Tabla 31, el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.709, por lo que es considerado como bueno al ser superior a 0.7, es así que se determinó que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y

Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Otras de las pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta (IFC), para éstas se debe tener un valor superior a 0.6 para ser aceptado (Bagozzi y Yi, 1988) y el índice de varianza extraída (IVE), el cual debe tener un valor superior al parámetro mínimo aceptado de 0.5 (Fornell y Larcker, 1981). Se observa que para el aprendizaje individual se tiene un valor para el IFC de 0.717 y para el IVE de 0.368, de manera que no se cumplió la condición mínima requerida, lo que indica que para alcanzar el valor aceptado se debe hacer un ajuste en este factor.

Por otra parte, se observa que en cuanto a la carga factorial obtenida de cada una de las variables, debe ser mayor a 0.5 (Jöreskog y Sörbom, 1993), por lo que para realizar el ajuste de este modelo se identifica que la variable con el valor más bajo es EOC13 con un 0.247 y no está cumpliendo con el valor recomendado, por lo tanto ésta pudiese ser la variable más indicada para ser eliminada de la dimensión y posteriormente realizar análisis con el propósito de verificar su fiabilidad. Una vez ajustada esta dimensión, se logrará obtener los valores necesarios y se podrá realizar así el cálculo del impacto entre constructos.

Fluidez de la información

A continuación se presenta la última dimensión del empoderamiento, la cual es fluidez en la información, que cuenta con cinco variables interactuando entre sí.

Tabla 30. Prueba de fiabilidad para la fluidez de la información correspondiente al constructo de empoderamiento organizacional

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Índice de Fiabilidad Compuesta IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum \text{Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada})$	Índice de Fiabilidad Compuesta IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum \text{Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada})$
Fluidez de la información	EOF15	0.546	0.298	0.702	0.677	0.793	0.388
	EOF16	0.189	0.036	0.964			
	EOF17	0.538	0.289	0.711			
	EOF18	0.736	0.542	0.458			
	EOF19	0.821	0.674	0.326			
	Σ	2.830	1.839	3.161			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se observa en la Tabla 32, el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.677, por lo que es considerado como aceptable al ser superior a 0.6, de ello se determinó que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Otras de las pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta (IFC), para la cual se debe tener un valor superior a 0.6 para ser aceptado (Bagozzi y Yi, 1988) y el índice de varianza extraída (IVE), el cual debe tener un valor superior al parámetro mínimo aceptado de 0.5 (Fornell y Larcker, 1981). Se observa que para el aprendizaje individual se tiene un valor para el IFC de 0.793 y para el IVE de 0.388; de manera que por muy poco no se cumplió la condición mínima requerida, lo que indica que para alcanzar el valor aceptado se debe hacer un ajuste en este factor.

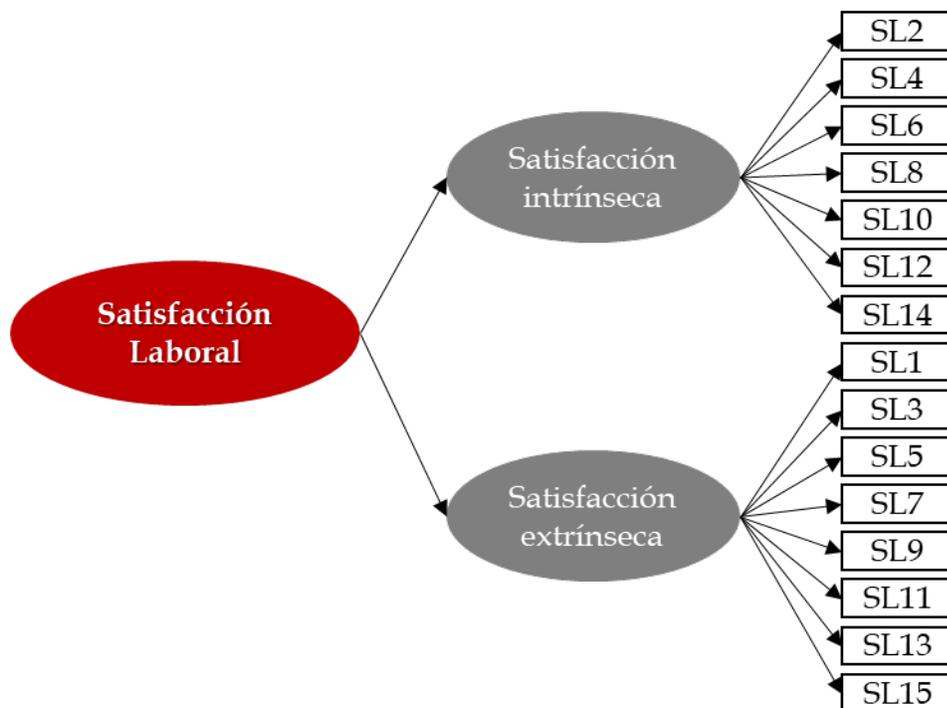
Por otra parte, se observa que en cuanto a la carga factorial obtenida de cada una de las variables, debe ser mayor a 0.5 (Jöreskog y Sörbom, 1993), por lo que para realizar el ajuste de este modelo se identifica que la variable AOF16 tiene un valor de 0.189 y no está cumpliendo con el valor recomendado, por lo tanto ésta

pudiese ser la variable más indicada para ser eliminada de la dimensión y posteriormente realizar el análisis, con el propósito de verificar su fiabilidad. Una vez ajustada esta dimensión, se logrará obtener los valores necesarios y se podrá realizar así el cálculo del impacto entre constructos.

4.8.4. *Fiabilidad y validez en el constructo satisfacción laboral*

Se presenta a continuación el diagrama (Figura 26) que representa al constructo de satisfacción laboral, el cual también es considerado de segundo orden, debido a que se compone de tres dimensiones que son medidas por diversos ítems cada una de ellas.

Figura 26. Despliegue del constructo satisfacción laboral



Fuente: Elaboración propia con base en los autores.

Con base en el diagrama anterior, se realizaron los cálculos estadísticos para determinar los índices necesarios en las pruebas de fiabilidad y validez, por lo que es necesario relacionar cada una de las dimensiones con sus ítems correspondientes.

Satisfacción intrínseca

El primer factor que compone el constructo satisfacción laboral es denominado como satisfacción intrínseca, la cual cuenta con siete ítems o variables interactuando entre sí. Se presentan a continuación los resultados de las pruebas de fiabilidad y validez realizadas.

Tabla 31. Prueba de fiabilidad para la satisfacción intrínseca correspondiente al constructo de satisfacción laboral

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2)$	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2)$
Satisfacción intrínseca	SLI2	0.757	0.573	0.427	0.875	0.964	0.793
	SLI4	0.713	0.508	0.492			
	SLI6	0.702	0.493	0.507			
	SLI8	0.720	0.518	0.482			
	SLI10	0.643	0.413	0.587			
	SLI12	0.678	0.460	0.540			
	SLI14	0.779	0.607	0.393			
	Σ	4.992	3.573	0.933			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se puede observar en la Tabla 33, el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.875, por lo que es considerado como bueno, de ello se determinó que las preguntas realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Otras de las pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta (IFC), para la cual se debe tener un valor superior a 0.6 para ser aceptado (Bagozzi y Yi, 1988) y el índice de varianza extraída (IVE), el cual debe tener un valor superior al parámetro mínimo aceptado de 0.5 (Fornell y Larcker, 1981). Se observa que para el aprendizaje individual se tiene un valor para el IFC de 0.964 y para el IVE de 0.793, de manera que se determina que no existe covarianza entre ellas y el modelo se encuentra completamente ajustado.

Satisfacción extrínseca

El segundo factor que compone el constructo satisfacción laboral es denominado como satisfacción extrínseca, la cual cuenta con ocho ítems o variables interactuando entre sí. Se presentan a continuación los resultados de las pruebas de fiabilidad y validez realizadas.

Tabla 32. Prueba de fiabilidad para la satisfacción extrínseca correspondiente al constructo de satisfacción laboral

Variable Latente	Constructo e Indicadores	Carga Factorial Estandarizada L_{ij}	Cuadrado de la Carga Factorial Estandarizada	Varianza del Término de Error Var	Alpha de Cronbach	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2) / \sum L_i$	Indice de Fiabilidad Compuesta IFC= $(\sum L_{ij})^2 / (\sum L_{ij}^2) / \sum L_i$
Satisfacción extrínseca	SLE1	0.709	0.503	0.497	0.868	0.886	0.500
	SLE3	0.863	0.745	0.255			
	SLE5	0.636	0.404	0.596			
	SLE7	0.421	0.177	0.823			
	SLE9	0.679	0.461	0.539			
	SLE11	0.656	0.430	0.570			
	SLE13	0.781	0.610	0.390			
	SLE15	0.818	0.669	0.331			
	Σ	5.563	4.000	4.000			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las pruebas de fiabilidad.

Como se puede observar en la Tabla 34, el alfa de Cronbach tiene un valor de 0.868, por lo que es considerado como bueno, de ello se determinó que las preguntas

realizadas cuentan con la pertinencia necesaria para ser aplicadas, ya que no son repetitivas y se complementan entre sí (Nunnally y Bernstein, 1994; Peterson, 1994; George y Mallery, 2003; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Otras de las pruebas que se realizaron fueron las de fiabilidad compuesta (IFC), para la cual se debe tener un valor superior a 0.6 para ser aceptado (Bagozzi y Yi, 1988) y el índice de varianza extraída (IVE), el cual debe tener un valor superior al parámetro mínimo aceptado de 0.5 (Fornell y Larcker, 1981). Se observa que para el aprendizaje individual se tiene un valor para el IFC de 0.886 y para el IVE de 0.500, de manera que se determina que no existe covarianza entre ellas y el modelo se encuentra completamente ajustado.

Después de haber realizado la validación de los constructos y del modelo completo, se presentan a continuación los resultados que se obtuvieron de la investigación.

CAPÍTULO V.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Y DISCUSIÓN

6. Capítulo V. Análisis de resultados y discusión

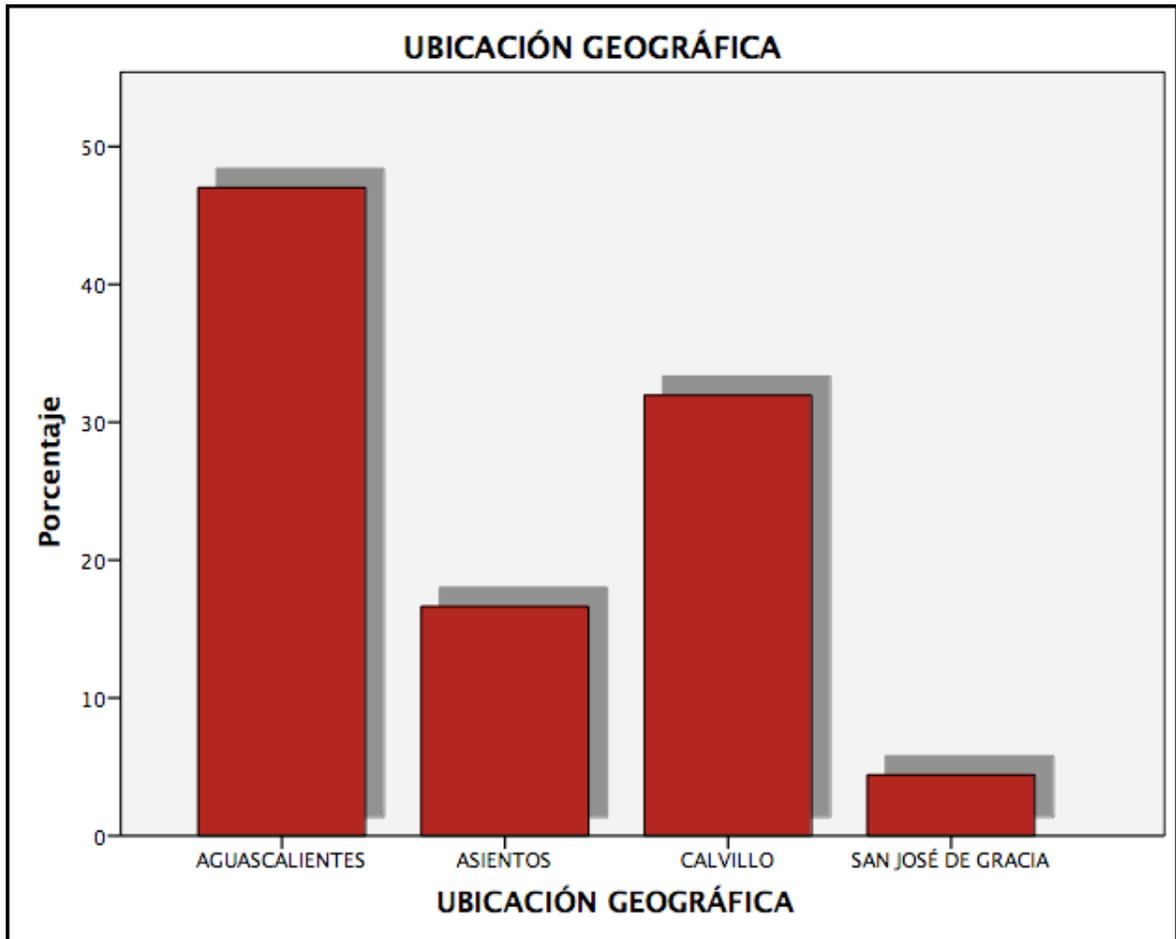
Dentro de este Capítulo V, se incluyen los resultados que se obtuvieron en la investigación para la comprobación de las hipótesis propuestas, para esto se parte de un análisis descriptivo de las variables identificando, primero, la zona geográfica en donde se encontraba la empresa, su tamaño por número de empleados, el género del gerente o director general, el puesto que ocupaba la mujer que respondió la encuesta y su nivel de formación académica. Posteriormente, se presentan los resultados de forma estadística que se obtuvieron de los datos empíricos y, a su vez, son contrastados con la teoría planteada al inicio del documento y así comparar contrastar las hipótesis de la investigación.

6.1. Análisis descriptivo de la muestra

A efecto de realizar un mejor análisis de los perfiles de las empresas y de las mujeres encuestadas, se realizaron las siguientes tablas de frecuencia y gráficos para así profundizar en los resultados. A continuación se presentará cada uno de los datos divididos por categorías.

Para dar comienzo al estudio, se presenta la Figura de frecuencias en la que se puede observar que del total de las encuestas aplicadas 47 % fue en alguna empresa del municipio de Aguascalientes, 16.6 % fue en Asientos, 31.9 % en Calvillo y 4.4 % en San José de Gracia (Figura 27). Es importante destacar que dicha cantidad de aplicaciones surgió del cálculo previo en el que se determinaron los porcentajes de participación que debería tener cada uno de los municipios, dependiendo de la cantidad total de empresas turísticas registradas en el DENUÉ.

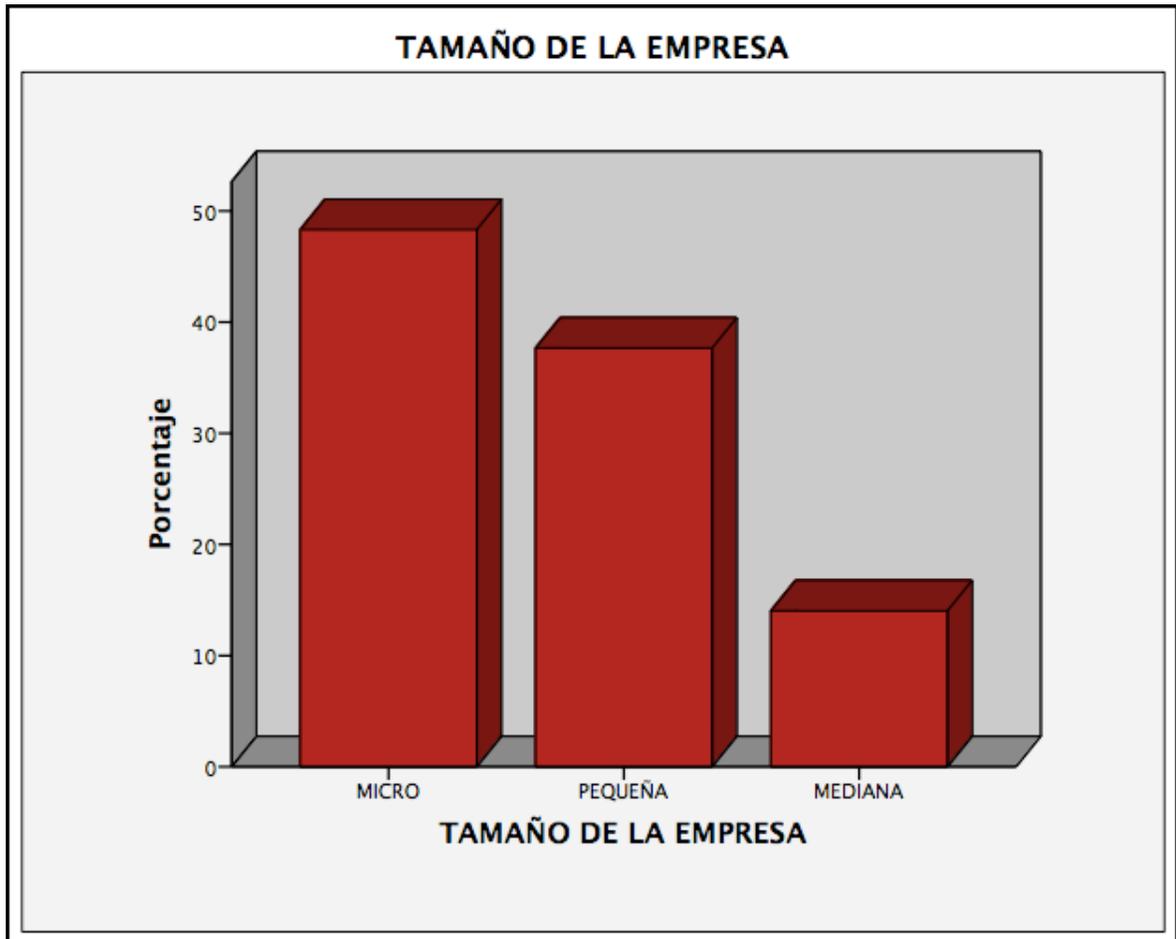
Figura 27. Ubicación geográfica



Fuente: Elaboración propia a partir del software SPSS v25.

Con respecto al tamaño de las empresas en las que se aplicó el instrumento, se logró determinar que 48.3 % de ellas tenía de 1 a 10 trabajadores, 37.7 % tenía de 11 a 50 empleados y 14 % tuvo entre 51 y 100 empleados, tal y como se muestra en la siguiente Figura.

Figura 28. Tamaño de la empresa



Fuente: Elaboración propia a partir del software SPSS v25.

En la Figura 28 se observa que en los municipios de Asientos, Calvillo y San José de Gracia no se logró aplicar ninguna de las encuestas en empresas medianas, lo cual tiene su fundamento en la información extraída del DENUE (2017), misma que se puede consultar en la pp.173, ya que no se tiene registrada ninguna empresa turística de tal tamaño. Otro de los aspectos en los que se ve reflejada la teoría con la realidad en el estado de Aguascalientes, es la gran cantidad de empresas que se encuentran en el rango de "micro", es decir, cuentan con una cantidad de uno a diez trabajadores, según datos de la Secretaría de Turismo (2007); en la industria turística

las microempresas representan más de 80 % de la oferta actual de servicios turísticos en nuestro país.

Tabla 33. Tamaño de la empresa por destino turístico

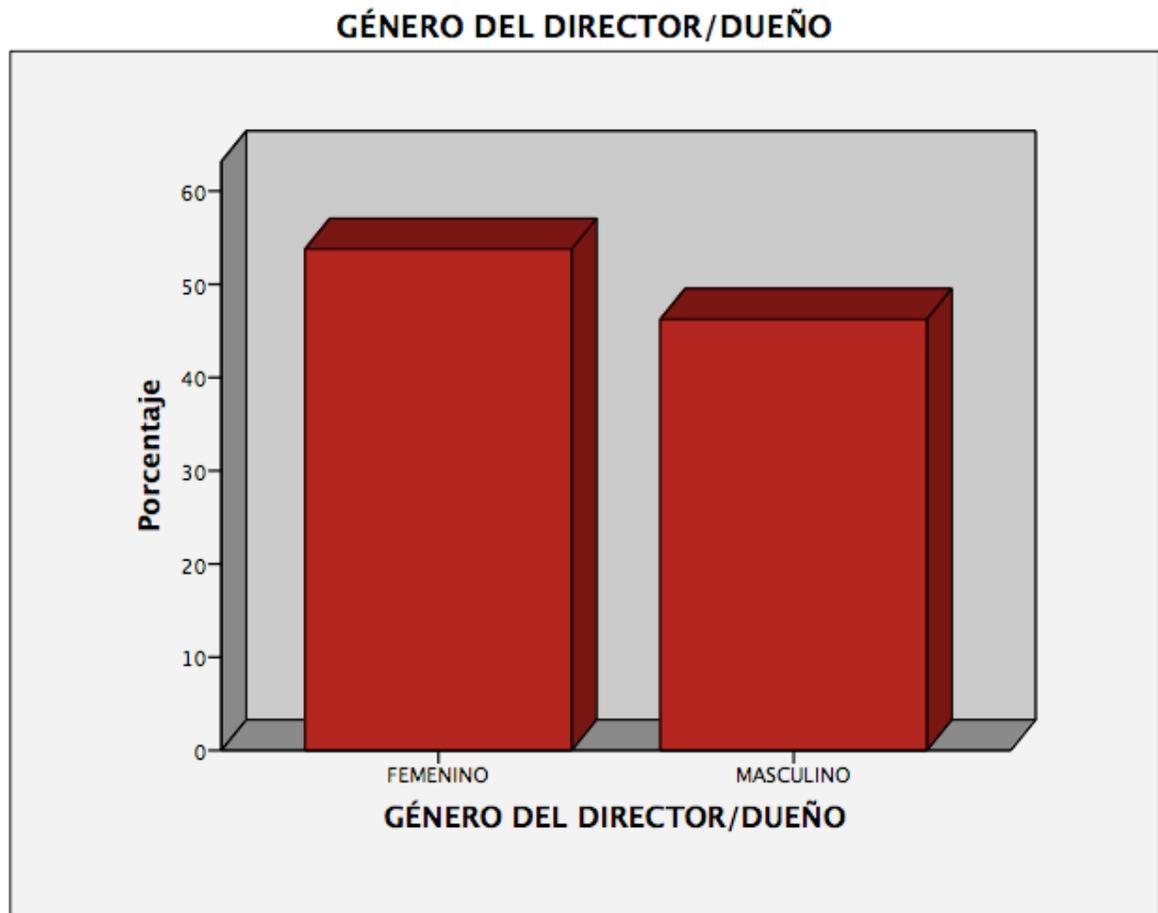
	TAMAÑO DE LA EMPRESA			Total
	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	
Aguascalientes	59	68	54	181
Asientos	64	0	0	64
Calvillo	46	77	0	123
San José de Gracia	17	0	0	17
Total	186	145	54	385

Fuente: Elaboración propia a partir del software SPSS v25.

Dando continuidad al análisis, se logró recolectar información en cuanto al género del director, gerente o dueño de la empresa: 53.8 % son dirigidas por una mujer y 46.2 % por un hombre, cabe resaltar que dicho dato tiene su fundamento teórico en Aldecua y Barón, 2010; Dreher y Ullrich, 2011; Ontiveros y Carrillo, 2015; Suárez, Barquín, Jiménez y Alfonso, 2016, ya que, según los autores, en lugares como Iberoamérica, en el caso particular de Brasil y México, la participación de las mujeres como gestoras de empresas dentro del sector turístico se ha venido incrementado durante los últimos años.

Lo anterior no es un dato que se pueda generalizar a nivel mundial ya que en España se ha detectado un incremento en la inserción laboral de la mujer en el sector turístico, sin embargo, dicha incorporación se realiza en condiciones desiguales ya que ocupan, en su mayoría, puestos de baja cualificación, debido a que el mercado laboral español demanda eficacia y compromiso con la empresa (R. H. Nieves, Martínez y Del Carmen Sigüenza, 2016).

Figura 29. Género del director o dueño



Fuente: Elaboración propia a partir del software SPSS v25.

Ahora, se le dará un enfoque a los datos en cuanto al perfil de las mujeres que respondieron la encuesta ya que anteriormente se analizaron datos generales de la empresa y de su director o dueño. En la Figura 29 se logra interpretar que de las 385 mujeres, 42 ocuparon algún puesto directivo dentro de las empresas, de ellas 52.4 % dijo tener estudios de nivel superior, 45.2 % estudios de educación básica, media superior o carrera técnica y solamente una de ellas estudios de posgrado. Se observa también que del total de mujeres, 147 ocupaban un puesto catalogado en el área de

servicio, de ellas 40 % contaba con estudios de educación media superior. A partir de lo anterior, es necesario realizar un análisis en el al menos para Aguascalientes existe una relación entre el puesto que ocupan dentro de la empresa y el nivel de estudios.

Tabla 34. Puesto dentro de la empresa y nivel de estudios

	Puesto de la trabajadora				Total
	Directivo	Administrativo	Servicio	Producción	
Básica	5	1	30	34	70
Media superior	5	6	59	36	106
Técnica	9	58	48	28	143
Superior	22	26	10	7	65
Posgrado	1	0	0	0	1
Total	42	91	147	105	385

Fuente: Elaboración propia a partir del software SPSS v25.

6.2. Contraste del modelo general propuesto

Antes de comenzar con las estimaciones estadísticas realizadas del modelo general propuesto, es importante mencionar la importancia que tienen las comprobaciones que se plantearon previamente en el Capítulo IV, ya que con ellas se ha comprobado la fiabilidad y validez de las escalas utilizadas presentando un modelo ajustado al haber eliminado los ítems que no cumplían con el criterio mínimo establecido por Bagozzi y Yi (1988).

Para la validación del instrumento, primero se verificó que la escala midiera lo que debe de medir (validez) y establecer si empíricamente está midiendo de manera general cada uno de los constructos (confiabilidad).

El modelo general planteado tuvo factores que fueron medidos de manera directa e indirecta (observables y latentes), por lo cual se consideró importante

mostrar los efectos causales de cada hipótesis considerando la inferencia estadística en la contratación de las variables latentes.

A continuación, se muestra dentro de la Tabla 37 las estimaciones referentes al modelo teórico en un sistema de ecuaciones estructurales mediante el método de máxima verosimilitud robusto para lo cual se utilizaron los softwares SPSS 25 y SmartPLS 3.2.8. Se seleccionó dicha técnica debido a que es uno de los métodos estadísticos más completos y actuales para lograr entender y explicar las relaciones causales múltiples involucrando una gran cantidad de variables y aumentando así la capacidad explicativa de los fenómenos.

Dentro del análisis de ecuaciones estructurales se englobaron técnicas multivariantes como el análisis factorial y la regresión lineal, para estimar de manera simultánea las relaciones de dependencia en las cuales las variables pueden fungir como dependientes e independientes desde una perspectiva holística y sistémica.

Tabla 35. Estimación del modelo teórico

Hipótesis	Relación estructural	β std	Valor τ	Criterio
H ₁	Aprendizaje organizacional → empoderamiento organizacional	0.364***	7.043	Aceptada
H ₂	Redes de colaboración → empoderamiento organizacional	0.466***	10.226	Aceptada

H ₃	Redes de colaboración → aprendizaje organizacional	0.603***	20.724	Aceptada
H ₄	Empoderamiento organizacional → satisfacción laboral	0.814***	41.738	Aceptada

N=385

***p<0.01;

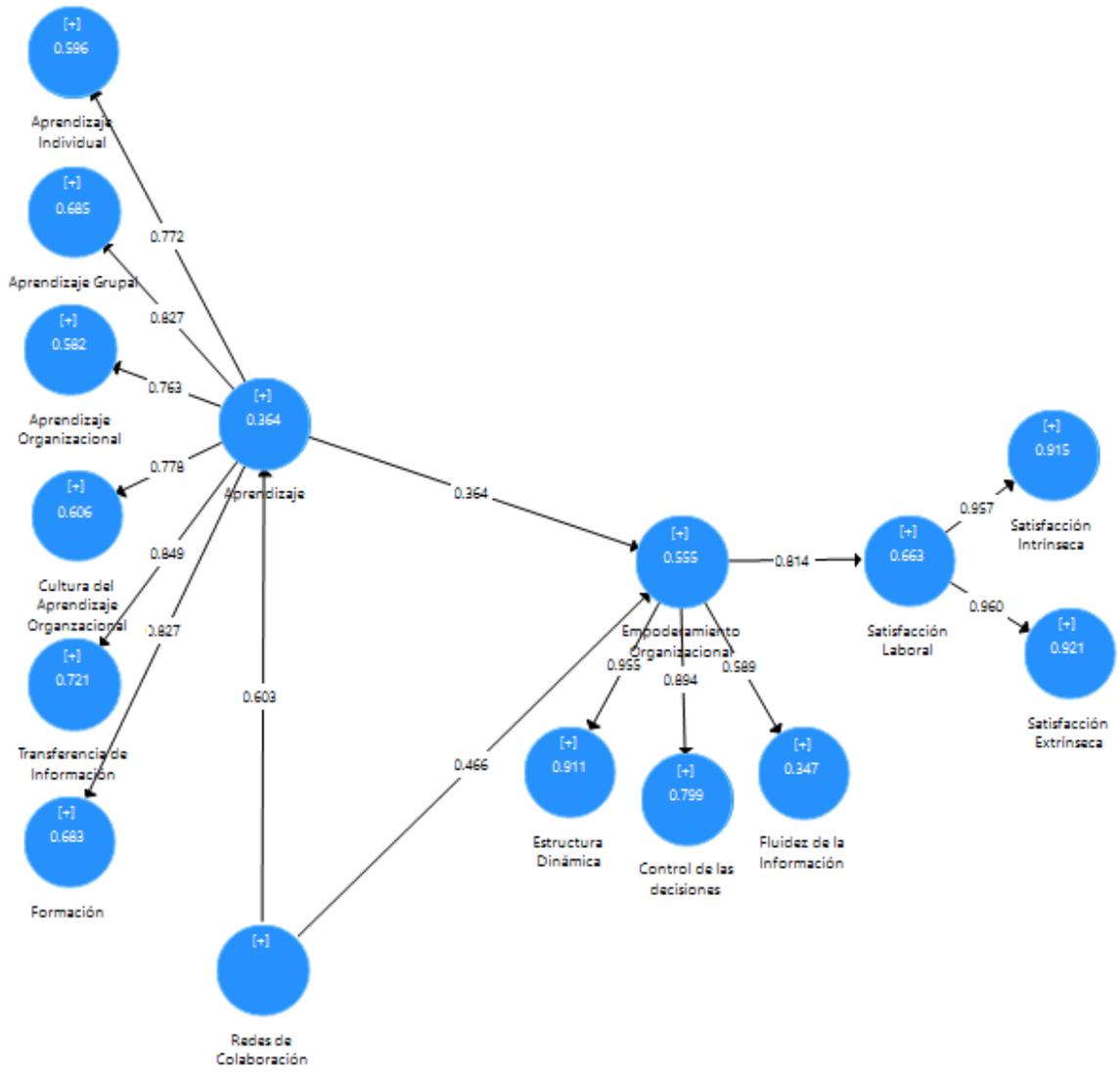
**p<0.05;

*p<0.1

Fuente: Elaboración propia a partir del software SmartPLS 3.2.8.

Con base en la Tabla 37, se observa que el modelo general planteado resultó satisfactorio para lograr explicar las cuatro hipótesis planteadas, de igual manera es posible interpretar el mismo resultado para la Figura 30, en la cual se presenta el modelo estructural con el valor de las betas correspondientes a cada una de las hipótesis.

Figura 30. Solución estructural al modelo teórico



Fuente: Elaboración propia a partir del software SmartPLS 3.2.8.

La información de la Tabla 37 y de la Figura 30 brinda las evidencias suficientes para determinar que las cuatro hipótesis planteadas al inicio de la investigación son aceptadas tomando como criterio un valor de beta estandarizada superior a 0.3, con base en Morales (2011), quien especifica que para las ciencias sociales un coeficiente superior a 0.3 se puede considerar como aceptable.

A continuación, se presenta cada una de las hipótesis, su resultado después de haber analizado los estadísticos pertinentes y posterior a ello se plantea una discusión sobre los hallazgos encontrados empíricamente y la teoría existente hasta el momento sobre las variables.

- H_1 : El aprendizaje organizacional tiene un efecto positivo y significativo en el empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas del Estado de Aguascalientes.

Respecto a la primera hipótesis se determinó aceptarla ya que se obtuvo un valor de estimación estandarizada de 0.364, por lo que se comprueba la existencia de una relación positiva y significativa del aprendizaje organizacional de las mujeres sobre el empoderamiento, lo que tiene sentido con la teoría propuesta por Grown (2012) quien considera que uno de los elementos esenciales del empoderamiento es potencializar o incrementar las capacidades de los individuos, de igual forma, años antes, Oaxaal y Baden (1997) destacaron que un requisito para que se logre un empoderamiento en la organización es tener acceso a capacitación y educación.

En este mismo sentido, Narayan (2002) realiza una aportación en el estudio del empoderamiento de las mujeres en el que investiga los elementos que tenían en común los casos de éxito al tratar de empoderar a un sector de la sociedad, siendo el primero de ellos el acceso a la información, lo cual hace referencia a la conocida frase “quien tiene el saber tiene el poder” (Hume, 1711). Existe una contraparte que aborda el tema del empoderamiento de las mujeres en el que autoras, como Boserup (1970), afirman que las mujeres no se han visto empoderadas de ninguna manera pese a haber contado con acceso a fuentes de desarrollo intelectual. Esta postura es estudiada años después por Lamas (1986) y afirma que pese a las variantes observadas en los roles de género las mujeres continúan siendo responsables del hogar y el cuidado de los hijos, responsabilidades que les impide lograr un empoderamiento laboral.

Sin embargo, existe algunos modelos de empoderamiento como el de Rowlands (1997), en el que se divide al empoderamiento en tres niveles distintos: personal, de relaciones cercanas y colectivos, en los cuales desarrollar conocimientos es una base fundamental para lograr que las mujeres se empoderen en cualquiera de estos niveles. Por su parte, Batiwala (1994) identificó que al tener un mayor nivel de estudios se logra tener un nivel superior de empoderamiento personal.

En comparación con las demás hipótesis, la H_1 es la que cuenta con un menor valor de significancia, a pesar de que diversos autores (Hasani y Sheikhesmaeili, 2016; Kazlauskaite, Buciuniene, Turauskas y Salciuviene, 2009; Ng y Butts, 2009; Sohrabi, Chenari, Nazem, Farahzadi y Bahmanabadi, 2013b) han encontrado evidencias significativas de dicha relación. Con base en lo observado al momento de aplicar la encuesta, se logró identificar que pese a haber realizado una aplicación piloto y una adecuación de términos, en algunos casos, especialmente con las artesanas, todavía tenían confusión con algunos términos y consideraban que varias de las preguntas eran iguales o muy repetitivas.

Lo anterior pudiera haber ocasionado que, al momento de la comprobación de la hipótesis, presentara un nivel de significancia menor; sin embargo, fue significativa a 1 %, lo que quiere decir que se tiene una confiabilidad en los datos de 99 %.

Continuando con la comprobación de las hipótesis, se presenta la siguiente:

- H_2 : Las redes de colaboración tienen un efecto positivo y significativo en el empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes.

Bajo un mismo análisis estadístico, se logra comprobar la aceptación de la relación que tienen las redes de colaboración de las mujeres sobre la generación o incremento de empoderamiento dentro de su lugar de trabajo, lo anterior debido a que se obtuvo una estimación estandarizada de 0.466 (ver Tabla 37.). La relevancia

que esto tiene impacta directamente en las decisiones que toman los directivos o dueños de las empresas ya que son ellos los principales responsables de generar este vínculo con otras empresas privadas, con gobierno, con universidades y con personas expertas en el área que apoyen a la organización realizando actividades específicas con los empleados, las cuales les generen valor a cada uno de ellos y, al mismo tiempo, se empoderen para tomar decisiones a nivel laboral.

Los hallazgos encontrados al aceptar dicha hipótesis conCuerda con la teoría integrada en el modelo de los tres niveles propuesto por Rowlands (1997), en el que uno de los elementos potencializadores para lograr el empoderamiento es alejarse del aislamiento y compartir problemas con otras personas, mismos que pudieran ser referentes para realizar de manera más eficaz y eficiente las actividades laborales. De manera similar, el modelo de Batiwala propone que al tener acceso a los recursos se incrementa el empoderamiento, por lo que una empresa que cuenta con acceso a recursos de diversa índole que usualmente facilita el gobierno tiene una gran relación con las redes de colaboración que previamente se generen con éste.

La aportación teórica y empírica que se logra al comprobar la relación entre las redes de colaboración y el empoderamiento, aporta datos bastante relevantes para el conocimiento científico, ya que hasta el momento se encontró únicamente un estudio enfocado en el sector turístico en el que se analiza de manera indirecta la relación entre ambas variables, se ha realizado bajo enfoque metodológico de carácter cuantitativo y se han estudiado los efectos de la gestión de las redes de colaboración en empresas turísticas ante eventos, encontrado como resultado que al tener un grado superior de colaboración activa se obtiene satisfacción global, mayores resultados económicos y empoderamiento empresarial (Simó, Pérez y Gnoth, 2011).

La tercera hipótesis planteada dentro de este trabajo doctoral, va de la mano con una de las variables anteriores, que es la de redes de colaboración, misma que se

pretendía encontrarle una relación con el aprendizaje organizacional. A continuación se describe cuáles fueron los resultados encontrados:

- H₃: Las redes de colaboración tiene un efecto positivo y significativo en el aprendizaje organizacional.

Los resultados estadísticos presentados reportan un coeficiente estandarizado igual a 0.603, por lo que se acepta de manera positiva y significativamente la relación entre redes de colaboración de las trabajadoras sobre su aprendizaje dentro de la organización.

El hallazgo anterior coincide con un vasto soporte teórico aportado por autores como González (2011), en el que propone una relación directa entre los recursos educativos TIC de información, colaboración y aprendizaje. Asimismo, Garrigós, Mazón y Saquete (2010) han indagado y concluido en que las redes sociales tienen una influencia positiva sobre el aprendizaje colaborativo. Por su parte, Sloep y Flores (2011) comprueban que las redes de aprendizaje y el aprendizaje en red cuentan con un elemento muy importante que las compone, éste es la colaboración.

Dentro de la línea de investigación educativa, se ha realizado una gran cantidad de investigaciones en las que se relacionan estas dos variables, muestra de ello es un libro que trata específicamente sobre la docencia universitaria: *Redes de colaboración para el aprendizaje de los estudiantes* (Martínez, 2004), en él se abordan temas como calidad docente, aprendizaje activo, comunicación, evaluación, entre otros. Lo cual concluye la importante relación que tienen las redes que generan los estudiantes para lograr un mayor aprendizaje.

Si bien se ha demostrado en diversos estudios y bajo distintos contextos la relación entre dichas variables, cabe resaltar que en ninguno de los mencionados anteriormente lo han hecho bajo un enfoque cuantitativo, por lo que una aportación importante del presente trabajo doctoral es el uso de dos escalas en las que se midió

por separado cada uno de los constructos, además de su posterior tratamiento estadístico para comprobar y validar las escalas y, aunado a ello, el uso del método de ecuaciones estructurales para comprobar las hipótesis.

Después de haber abordado las variables que potencializan de cierta manera el empoderamiento de las mujeres que trabajan dentro de alguna micro, pequeña o mediana empresa turística, se continúa con el estudio proponiendo así una cuarta y última hipótesis en la que se plantea una relación entre empoderamiento organizacional y satisfacción laboral, la cual será explicada a continuación.

- H₄: El empoderamiento organizacional tiene un efecto significativo sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan dentro de las Mipymes turísticas de Aguascalientes.

La relación propuesta del empoderamiento organizacional sobre la satisfacción laboral de las mujeres fue la hipótesis que obtuvo el mayor número de coeficiente estandarizado con un valor de 0.814 y con un nivel de significancia de 0.01, lo que permite aceptar dicha relación, misma que ha sido estudiada anteriormente por otros autores, tales como Kazlauskaite, Buciuniene y Turauskas, 2012; Kazlauskaite *et al.*, 2009; Laschinger y Finegan, 2005; Mendoza-Sierra *et al.*, 2014; Migneault, Rousseau y Boudrias, 2009; Pelit, Öztürk y Arslantürk, 2011; Ping, Murrmann y Perdue, 2010; Thorlakson y Murray, 1996.

Una de las principales aportaciones de la presente tesis doctoral fue el uso de la escala para medir el empoderamiento organizacional, misma que anteriormente no había sido aplicada ni validada estadísticamente en un contexto nacional, además se utilizó la escala propuesta por Locke (1976), que, si bien ya había sido utilizada en México, nunca había sido válida en un contexto local del sector turístico.

CAPÍTULO VI.

CONCLUSIONES

7. Capítulo VI. Conclusiones

Dentro del Capítulo V, se presentaron los resultados de la investigación. Para ello, se elaboró un apartado especial para los análisis descriptivos de la muestra, ya que estas características tienen, sin duda, una gran relación con la manera en la que se dio la investigación, las respuestas que recibieron y los resultados que se obtuvieron en cuanto a la aceptación o la no aceptación de las hipótesis planteadas al inicio, por lo que a continuación, a manera de conclusiones, se explica brevemente cada uno de estos datos.

Del total de observaciones analizadas pertenecientes a mujeres que trabajaban dentro de una micro, pequeña o mediana empresa del sector turístico, 90.6 % fueron del municipio de Aguascalientes, 6.3 % fueron de Calvillo, 4 % de San José de Gracia y 2.1 % de Real de Asientos. Estos resultados se calcularon previamente con base en el número de empresas registradas en el DENUE, con la finalidad de que fueran representativos de cada uno de los municipios, lo que indica que en el municipio de Aguascalientes se tiene una mayor cantidad de empresas turísticas, lo cual es entendible debido a su tamaño y a la cantidad de productos turísticos con los que cuenta, sin embargo, el municipio que cuenta con el menor número de entidades turísticas es el de Real de Asientos, lo cual no presenta alguna lógica debido a que en el 2006 el pueblo obtuvo su nombramiento como Pueblo Mágico y, por lo tanto, es el de mayor antigüedad con esta distinción.

Este dato conlleva a una reflexión en la que se cuestionan las razones por las que un destino tiene una mayor antigüedad recibiendo el apoyo y el impulso que otorga un programa gubernamental como lo es "Pueblos Mágicos de México". Uno de los factores que pudiera influir en este hecho es la manera en la que los residentes han aceptado y trabajado este nombramiento. Al respecto, los autores Covarrubias, Vargas y Rodríguez (2010) realizaron una investigación en la que se midió la satisfacción de los residentes con respecto al desarrollo de la actividad turística, es

decir, se observó que las personas mostraron una posición neutral o indiferente respecto a que Real de Asientos sea considerado como un destino turístico: 60 % manifestó estar de acuerdo con la distinción como Pueblo Mágico y, por último, los residentes identificaron la necesidad de contar con mayores servicios para incrementar la actividad turística. Estos datos pudieran servir como indicadores de que los residentes le dan una baja importancia a que el pueblo sea visto como un destino turístico, sin embargo, es necesario realizar estudios futuros en los que se haga de manera comparativa entre los tres Pueblos Mágicos con los que cuenta el estado de Aguascalientes.

Continuando con los resultados de los estadísticos descriptivos, se obtuvo que 68.5 % de las empresas tiene a su cargo un hombre como director o dueño y 31.5 % a una mujer, estos datos no representan como tal la presencia femenina en el mercado laboral debido a que solamente indican el género de su director o dueño, y no al total de las trabajadoras en las empresas. Cabe destacar que la presencia de las mujeres como fuerza laboral es muy alta en las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes ya que son ellas quienes ocupan puestos de mandos medios y bajos como lo fueron meseras, encargadas y artesanas. La gran participación de las mujeres en este sector se identificó también en un estudio realizado en el Pueblo Mágico de Calvillo en el que se observa que del total del grupo de entrevistados fue representado por 58 % de mujeres (Vargas y Herrera, 2014).

Este elemento también ha sido observado en destinos diferentes, siendo uno el caso de República Dominicana en donde las mujeres ocupaban casi la mitad de la fuerza laboral en las microempresas turísticas, y los sectores en los que se contó con una mayor cantidad de personal femenino fue en el comercio, los hoteles, bares y restaurantes (Ortíz, 2005). Estos sectores coinciden con los que se observaron en la presente tesis, ya que la mayor cantidad de empresas de las que se obtuvo información fue del sector de hospedaje, alimentos y bebidas.

Uno de los elementos más interesantes que se obtuvo de los estadísticos descriptivos fue el del nivel de formación que tenían las encuestadas. Se observó que 35 % respondió tener el bachillerato terminado, de igual forma 23 % educación básica y carrera técnica o comercial, 16.9 % dijo tener un grado de licenciatura o ingeniería y solamente 0.3 % cuenta con un grado de maestría. Este es un punto de partida interesante, ya que existen investigaciones en las que se plantea una relación entre la probabilidad de sobrevivencia de los negocios y la educación y experiencia de los propietarios (Bates, 1990), que contar con algún nivel de educación superior incrementa las posibilidades de éxito en los negocios (Headd, 2003 y Plehn-Dujowich, 2010).

Respecto al nivel de formación, se encontraron estudios que destacan las diferencias marcadas respecto al puesto y funciones que realizan los trabajadores y su relación con el nivel de formación y género. Algunos autores consideran que las mujeres con mayores niveles educativos aumentan las posibilidades de crecimiento de sus empresas (Srinivasani *et al.*, 1994). Analizado el nivel de estudios, coincide en gran medida con la realidad observada durante el trabajo de campo ya que realmente los mejores puestos son ocupados por personas con un nivel de estudios medio superior, técnico o superior. En cuanto al género, aunque dentro de los objetivos no se encontraba indagar en cómo influenciaban las variables sobre los hombres, sí se logró visualizar que, al menos en el sector turístico, no se identifica diferenciación alguna por cuestiones de género, es decir, los puestos de alto mando bien los podía ocupar una mujer o un hombre sin que esto fuese una determinante del tamaño de la empresa, siendo en realidad más evidente la participación de las mujeres como dueñas o directivas de la micro, pequeña y mediana empresa, pero pudiera ser consecuencia del giro ya que eran artesanías, alimentos y bebidas o agencias de viajes.

De igual manera, se ha logrado comprobar que las técnicas estadísticas utilizadas fueron eficaces para el cumplimiento de los objetivos planteados en esta investigación, y con la finalidad de cumplir con dichos objetivos se obtuvo una muestra total de 385 encuestas válidas aplicadas en los tres Pueblos Mágicos y en la capital del estado de Aguascalientes. Se estableció como requisito principal ser mujer y trabajar dentro de una micro, pequeña o mediana empresa del sector turístico, datos recolectados que ayudaron como base para comprobar las cuatro hipótesis planteadas en un inicio, las cuales son abordadas brevemente a continuación.

La aceptación de la primera hipótesis tiene relevancia en el sentido de que, al inicio de la investigación, el constructo aprendizaje organizacional era considerado como gestión del conocimiento, término que causó una gran confusión entre los participantes de la prueba piloto, por lo que se decidió indagar en la teoría, específicamente en los modelos que componen a la gestión, y se encontró que un elemento esencial es el aprendizaje, por lo tanto, con base en dicho hallazgo, se tuvo un ajuste en los objetivos iniciales, el modelo teórico y la escala de medición utilizada.

Respecto con la segunda hipótesis, además de ser aceptada la relación positiva y significativa entre las redes de colaboración y el empoderamiento organizacional, se identificó también que la escala de redes de colaboración elaborada por Balesa y Ripolles (2008) y validada en un contexto local por Mojica (2012), obtuvo un valor aceptado en su alfa de Cronbach, incluso con tres ítems que fueron incorporados como complemento de dicha escala. También se confirmó la tercera hipótesis en la que existe una relación positiva y significativa entre las redes de colaboración y el aprendizaje organizacional, lo que indica que cuando los trabajadores comparten sus experiencias y conocimientos entre los miembros de la organización el aprendizaje incrementa o se desarrolla de una mejor manera. Este

hallazgo da pie a una reflexión más profunda en la que se cuestionan los beneficios y las implicaciones que se tiene al momento que la micro, pequeña y mediana empresa adquieren trabajadores con un mayor grado de aprendizaje por causa de las relaciones entre los trabajadores y las entidades externas a la organización.

Ahora, se concluye que al aceptar una cuarta hipótesis, en la que se comprueba una relación positiva y significativa entre el empoderamiento organizacional y la satisfacción laboral, también indica que cuando en las Mipymes hay trabajadoras con un mayor grado de empoderamiento se tiene, a su vez, trabajadoras con un mayor grado de satisfacción laboral. Esta última hipótesis ha provocado cuestionamientos como, por ejemplo, qué resultados se tienen dentro de la organización cuando un trabajador cuenta con satisfacción laboral.

Con respecto al cumplimiento de los objetivos planteados al inicio del presente trabajo doctoral, se concluye que se logró dar explicación a cada uno de ellos, comenzando con el objetivo general, mismo que indica determinar cuál es el impacto que ejercen el aprendizaje organizacional y las redes de colaboración en el desarrollo del empoderamiento y la satisfacción laboral de las mujeres que se desempeñan dentro de las Mipymes turísticas del estado de Aguascalientes, para lo cual se realizó un análisis teórico comenzado con la revisión de cada una de las teorías que sustentan dichos constructos.

Otro tema importante fue el sustento teórico que se tuvo desde un inicio, y partiendo de la teoría de las relaciones humanas se logra tener una serie de conclusiones enfocadas en la comprobación de las hipótesis, ya que dicha teoría está sustentando a los constructos de empoderamiento organizacional y satisfacción laboral, por lo que se puede concluir que los resultados obtenidos dan un soporte empírico para un contexto local enfocado al sector turístico y específicamente para el caso de las mujeres. La teoría desarrollada por Mayo (1930) aporta conocimientos que permiten mejorar la calidad del ambiente en el lugar de trabajo y buscar una

satisfacción laboral de los trabajadores, uno de los componentes que el autor logró detectar fue la delegación plena de autoridad, lo cual se relaciona por completo con el empoderamiento organizacional ya que es el fin deseado en los trabajadores.

Una de las aportaciones de la teoría de las redes sociales generada por Lozares (1996), fue la de un análisis estructural de entidades en el que sus vínculos y relaciones son analizados para conocer información acerca de ellas. Dentro de los resultados, se midieron de manera cuantitativa las relaciones que tenían las trabajadoras con otras empresas, con Cámaras de la industria, entre sus compañeros y hacia los clientes, esto llevo a confirmar que cuando los empleados generan estas conexiones incrementan, a su vez, el aprendizaje y, por consecuencia, obtienen un empoderamiento dentro de la organización.

Otra de las teorías que ha sustentado el trabajo de investigación es la de recursos y capacidades, la cual plantea una diferenciación entre las organizaciones en función de las capacidades que posean en un momento determinado, de esto los trabajadores adquieren un mayor conocimiento sobre sus actividades que realizan dentro de la empresa y así generan una ventaja para la misma. Lo que se logra aportar con los resultados de la segunda hipótesis es que cuando las trabajadoras incrementan sus conocimientos obtienen empoderamiento y éste, a su vez, da como resultado empleados más satisfechos con respecto a la realización de sus actividades laborales.

La naturaleza de la investigación logra proporcionar algunas conclusiones referentes a la generación de un instrumento complejo con validez y confiabilidad estadística en un contexto local, el cual pudiera servir como base a investigadores, empresarios o sector gobierno para recolectar información precisa sobre cualquiera de las cuatro variables planteadas en el modelo teórico. De igual forma, los estadísticos descriptivos están aportando un acercamiento a la realidad actual que enfrenta el estado de Aguascalientes con respecto a las micro, pequeñas y medianas

empresas del sector turístico, ya que en la teoría (Ortíz, 2005) se detectó que los hombres tienen una mayor participación como directivos o dueños de las empresas, sin embargo, para el caso específico de esta investigación, se identificó que las mujeres tuvieron una mayor participación como dueñas o generantes de la organización, lo que pudiera tener una explicación debido a que, en su gran mayoría, fueron analizadas microempresas del giro de artesanías y alimentos y bebidas.

El camino que se siguió durante la realización del este trabajo doctoral no fue un proceso nada sencillo, ya que consistió en un proyecto de investigación trabajado durante años presentándose diversas limitantes, por mencionar solamente algunas: el tiempo que se requirió para la aplicación de las encuestas, debido principalmente a que se decidió tener un alcance más amplio que el enfocarse únicamente en la capital de Aguascalientes como destino turístico, por lo que se debió ampliar la recolección de la información hacia los tres Pueblos Mágicos.

Otra de las limitantes detectadas fue que el enfoque del estudio se limitó a identificar el impacto de los constructos sobre las mujeres que trabajaban dentro de las empresas turísticas, lo que provocó la inversión de más tiempo en la recolección de los datos ya que las encuestas que fueron respondidas por hombres no fueron consideradas para el análisis dentro de la presente tesis. Dicha limitante puede ser vista bajo dos perspectivas: la primera, dejar de lado la riqueza de la información que aportan las respuestas de los hombres, el efecto que tuviesen las variables de redes de colaboración, aprendizaje, empoderamiento y satisfacción laboral en ellos. La segunda perspectiva fue no tener una investigación más enriquecedora desde el punto de vista en el que se contrastasen ambos resultados y analizar si pudiera existir alguna diferencia notoria en los resultados.

Por último, se reconoce una limitante más, misma que está relacionada con la metodología utilizada ya que se inició con la idea de contar con un enfoque mixto,

pero conforme fue transcurriendo el proceso, en algún punto se limitó a realizar una investigación con un enfoque meramente cuantitativo, lo que exigió perder cierta riqueza en la información debido, principalmente, a que durante la mayor parte del trabajo de campo se tuvo un contacto directo con las mujeres trabajadoras de las empresas y desafortunadamente no se logró documentar todos los comentarios extras que ellas argumentaban sobre las preguntas del instrumento, las expresiones no verbales que manifestaban y las descripciones de cada uno de los lugares, empresas, talleres, ferias, capacitaciones, expos, etcétera, en los que se asistió para la recolección de la información.

Las conclusiones y las limitaciones anteriormente planteadas abren nuevas líneas de investigación, las cuales pudieran ser estudiadas para contribuir con el desarrollo y la aportación de nuevos y mejores conocimientos científicos sobre las variables que integraron el modelo teórico. Un hecho que surge como una posible línea de investigación es el estudio del modelo teórico, ya que en él se fue indagando desde los factores que potencializan el empoderamiento hasta un efecto que lo genera, el cual es lograr satisfacción laboral en las mujeres trabajadoras de las empresas, sin embargo, se queda hasta dicho punto, por lo que sería interesante realizar una investigación para determinar qué es lo que sucede cuando se tiene una empresa con empleados satisfechos, es decir, ¿se tienen mejores resultados?, ¿de qué tipo?, ¿mayor número de clientes?, ¿mayores utilidades?, ¿los empleados tienen un mayor rendimiento o una mayor productividad?

Autores como Hollenbeck (2015) han propuesto una relación entre el aprendizaje y la satisfacción, lo cual pudiese ser un tema para continuar analizando el modelo teórico planteado en la presente tesis y verificar si para el caso de Aguascalientes aplica dicha relación o contradice al autor. De manera similar, Simó, Pérez y Gnoth (2011) han encontrado una relación entre redes de colaboración y

satisfacción, lo que de igual forma pudiera ser interesante continuar con futuras investigaciones sobre el tema.

Por último, partiendo de dos limitantes observadas, surgen las siguientes líneas de investigación: la primera sería realizar un estudio comparativo entre la influencia de los constructos sobre los hombres y en comparativa del efecto sobre las mujeres, esto para identificar si existen diferencias relevantes o, por el contrario, se obtendrían los mismos resultados. La segunda y última línea propuesta sería realizar una investigación considerando las mismas variables y posibles relaciones entre ellas, pero bajo una metodología de enfoque mixto, para así lograr complementar la información en el estudio y tener una mayor riqueza en la información.

REFERENCIAS

- Ahumada, F. L., Galdames, P. S., González, T. A. y Herrera, C. P. (2009). *El funcionamiento del equipo directivo durante un proceso de autoevaluación institucional en el marco de políticas de aseguramiento de la calidad de la gestión escolar en Chile*. 8, 353-370.
- Aldecua, M. J. F. y Barón, L. A. M. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género? *Cuadernos de turismo*, 129-151.
- Almeida, R. V., Nolla, L. R. y Jorge, R. A. (2007). *Mujer y desarrollo en ciencias de la salud: un estudio cuantitativo del Reporte Técnico de Vigilancia desde la perspectiva de género*. 16, 1.
- Álvarez Santos, L., De Miguel, Guzmán, M., Noda Hernández, M. E., Álvarez López, L. F. y Galcerán Chacón, G. (2016). Diagnóstico de la satisfacción laboral en una entidad asistencial hospitalaria. En (Vol. 43, pp. 407-417): *Revista Cubana de Salud Pública*.
- Alvarez, S. M., G. D. (1998). Why do women become entrepreneurs? *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Amaro, S. L., González, T. R. y Pérez, L. F. (2015). Diagnóstico de Clima Organizacional y satisfacción laboral en instalaciones hoteleras. (Spanish). *Organizational Climate Diagnosis and job satisfaction in accommodations*. (English), 14(1), 14-21.
- Andreu Simó, L., Currás Pérez, R. y Gnoth, J. (2011). *Gestión de Redes en empresas turísticas ante eventos deportivos: un análisis de la America's Cup 2007 en Valencia*. In (Vol. 11, pp. 53-63): *Análisis Turístico*.
- André, I. y Rego, P. (2003). *Redes y desarrollo local: la importancia del capital social y de la innovación*. 36, 117-127.
- Andrés, G. y Wursten, A. (2012). El "conflicto de las papeleras" como controversia tecnocientífica: un caso de empoderamiento social y participación ciudadana. (Spanish). *The "pulp mill conflict" as a techno-scientific controversy: a case of social empowerment and citizen participation*. (English), 13(26), 185-199.
- Argyris, C. y Schön, D. A. (1978). *Organizational learning: a theory in action perspective*. Mass. London: Addison-Wesley.
- Arulanda, E. C., Giraldo, G. J. y Serna, G. H. (2016). *Modelo de evaluación de gestión del conocimiento para las Pymes del sector de tecnologías de la información*. In (Vol. 26, pp. 17-39): *Business Source Complete*.
- Baker, T. A., H. Liou, N. (1997). *Invisible entrepreneurs: The neglect of women owners by mass media and scholarly journals in the USA*. 9, 221-2238.

- Barnes, J. (1954). Class and committees in a Norwegian Island parish. *Human Relations*, 7, 39-58.
- Basol, O. (2016). Classic or Modern? Enhancement of Job Satisfaction Scale for Green Job Workers. *Management*, 11, 103-122.
- Batista Matamoros, C. R., Velázquez Zaldívar, R., Díaz Contreras, C. A. y Ronda Pupo, G. (2015). Alineación entre toma de decisiones y gestión del conocimiento. El caso de las empresas relacionadas con el negocio del turismo. *Revista Chilena de Ingeniería*, 23(4), 540-555.
- Batista, M. C. R., Velázquez, Z. R., Díaz, C. C. A. y Ronda, P. G. A. (2015). *Alineación entre toma de decisiones y gestión del conocimiento. El caso de las empresas relacionadas con el negocio del turismo.* (Spanish). *Alignment between decision making process and knowledge management: the case of touristic business enterprises.* (English), 23(4), 540-555.
- Bellou, V. (2010). Organizational culture as a predictor of job satisfaction: the role of gender and age. *Career Development International*, 15(1), 4-19. doi:10.1108/13620431011020862
- Berastain, L. (2006). *Aprender a crear una empresa turística*. Barcelona, España.: Paidós.
- Bernal, T. C., Turriago, H. A. y Sierra, A. H. (2010). Aproximación a la Medición de la Gestión del Conocimiento Empresarial. *AD-MINISTER* 16.
- Blesa, A., Ripollés, M. y Monferrer, D. (2008). *La orientación al mercado como determinante de la internacionalización de las nuevas empresas*. 2-39.
- Boluarte, C. A. y Merino, S. C. (2015). *Versión breve de la escala de satisfacción laboral: evaluación estructural y distribucional de sus puntajes.* *Brief version of the job satisfaction scale: structural and distributive evaluation of their scores.* 21(2), 235-243.
- Y chain context. *Journal of Supply Chain Management*, 45(2), 5-22. doi:10.1111/j.1745-493X.2009.03166.x
- Bott, E. (1957). *Family and Social Network*. Oxon: Routledge.
- Bozbura, F. T. (2007). Knowledge management practices in Turkish SMEs. In (Vol. 20, pp. 209-221): *Journal of Enterprise Information Management*.
- Brush, C. G. y Hisrich, R. D. (1999). *Women-owned businesses: why do they matter?*, 111-127.
- Cabrera, E. F. (2009). Protean organizations Reshaping work and careers to retain female talent. *Career Development International*, 14(2-3), 186-201. doi:10.1108/13620430910950773
- Caicedo Muñoz, S. C. y Solarte-Pazos, L. (2015). Empoderamiento de mujeres de una ONG colombiana. Un estudio de caso simple. *Empowerment of women in a*

- Colombian NGO: a simple case study.*, 49(6), 1597-1618. doi:10.1590/0034-7612135980
- Capó, V. J., Expósito, L. M. y Masiá, B. E. (2007). *La importancia de los clusters para la competitividad de las PYME en una economía global*. 33, 119-133. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612007000100007>
- Caravaca, B. I. y González, R. G. (2009). Las redes de colaboración como base del desarrollo territorial. *Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. 13, 281-309.
- Carcamo, P. F., Garay-Fluhmann, R. y Gaymer, C. F. (2014). Collaboration and knowledge networks in coastal resources management: How critical stakeholders interact for multiple-use marine protected area implementation. *Ocean y Coastal Management*, 91, 5-16. doi:10.1016/j.ocecoaman.2014.01.007
- Carlier, S. I. y Townsend, P. L. (2014). *Éxito y satisfacción laboral y personal: cómo lo perciben mujeres que trabajan en Bogotá (Colombia)*. 36, 153-181. doi:10.14482/pege.36.5569
- Carter, S. W., J. (2002). *Special issue: Gender and business ownership: International perspective on theory and practice*. 3, 81-82.
- Casique, I. (2004). *Trabajo Femenino, Empoderamiento y Bienestar de la familia*.
- Castañeda, D. I. y Ríos, M. F. (2007). Validación de una escala de niveles y condiciones de aprendizaje organizacional. *Universitas Psychologica*, 6, 245-254.
- Castells, M. (2001). La era de la información. *Economía, sociedad y cultura*. 1.
- Chen, Q. y Chen, H. M. (2004). Exploring the success factors of eCRM strategies in practice. *Journal of Database Marketing y Customer Strategy Management*, 11, 333-343.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Corral, M., J. A. y Cánoves, G. (2014). *La colaboración científica en turismo: grupos y redes de investigación en Cataluña*. 60, 57-86.
- Crespo, P., Philippe, d. R., Glenda, G., Pablo, I., Byron, J., Lorena, M., Carlos, S. (2007). Empoderamiento: conceptos y orientaciones. In. Ecuador, Quito.: *Serie Reflexiones y Aprendizajes ASOCAM*.
- Crossan, M., Lane, H. y White, R. (1999). An organizational learning framework: from intuition to institution. In (Vol. 24, pp. 522-537): *Academy of Management Review*.
- Cáceres-Manrique, F. d. M., Angulo-Silva, M. L. y Vesga-Gómez, C. (2010). Eficacia de la movilización y la participación social para la apropiación o

- "empoderamiento" (sic.) (empowerment) de las medidas de control del dengue, Comuna Norte, Bucaramanga, 2008-2009. (Spanish). *Efficacy of the social mobilization and the social participation in dengue control measures. (English)*, 30(4), 539-550.
- Daily, B. F., Bishop, J. W. y Massoud, J. A. (2012). The role of training and empowerment in environmental performance. A study of the Mexican maquiladora industry. *International Journal of Operations y Production Management*, 32(5-6), 631-647. doi:10.1108/01443571211226524
- De Gortari, R. R. (2012). Xochimilco como alternativa de competitividad para loa orgánicos: El caso de invernaderos Tepexomulco. In (Vol. 25, pp. 59-78): *Nueva Antropología: Revista de Ciencias Sociales*.
- Del Pilar Castro, M. (2015). Las metodologías de investigación en revisión: Análisis de redes sociales y producción textil local. (Spanish). *Reaserch methodologies under revisión: Social network analysis and textile production. (English)*, 32, 85-102.
- Delgado, A., I. Castañeda, Zapata D. (2015). *Relación entre capital psicológico y la conducta de compartir conocimiento en el contexto del aprendizaje organizacional*. 14, 61-70.
- Dipp, A. J., Flores, J. A. T. y Gutiérrez, R. V. (2010). Satisfacción laboral y compromiso institucional de los docentes de posgrado. *Diálogos educativos*, 19.
- Dodgson, M. (1993). Organizational learning: a review of some literatures. In (Vol. 14, pp. 375-394): *Organization studies*.
- Dreher, M. T. y Ullrich, D. R. (2011). Gestión de las empresas turísticas: La representación de las mujeres en Blumenau-SC, Brasil. In (Vol. 20, pp. 425-440): *Estudios y perspectivas en turismo*.
- DTI. (1998). *Our Competitive Future In: Building a Knowledge Drive Economy*. DTI Innovation Report.
- Díaz, M. Á., Lorenzo, O. y Solís, L. (2005). Procesos de negocios de Pymes insertas en redes colaborativas. In: *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*.
- D'Anello, S., Marcano, E. y Guerra, J. C. (2003). Estrés ocupacional y satisfacción laboral en médicos del Hospital Universitario de los Andes, Mérida, Venezuela. . In Venezuela (Vol. 9): *Revista de la Facultad de Medicina*.
- Escobedo, P. M. T., Hernández, G. J. A. y Rico, P. L. (2016). *Predictores de la satisfacción laboral en la industria automotriz de Ciudad Juárez, México*. 13, 88-97. doi:10.22507/rli.v13n2a8
- Fassio, A. N. y Rутty, M. G. (2017). Hacia la identificación de dimensiones relevantes relacionadas con el aprendizaje organizacional. *Revista Trilogía*, 9, 85-99.

- Fernandez, J., Fernandez, C. y Polo, S. (2017). *Aplicación de la autoevaluación en una experiencia de Aprendizaje Basado en Problemas con alumnado de educación en asignaturas relacionadas con la discapacidad*. 3273. doi:doi:10.15581/004.32.73-93
- Fernández, L. V., Pablos, E. T., Wiesner, M. R. y Reyes, R. A. (2002). De Paraíso a Carolina del Norte: redes de apoyo y percepciones de la migración a Estados Unidos de mujeres tabasqueñas despulpadoras de jaiba. In (Vol. 2): *Red Migraciones Internacionales*.
- Fiol, C. y Lyles, M. (1985). *Organizational learning*. 10, 803-813.
- Flavio, F. J. y Schmidt, G. A. (2015). *Processos de aprendizagem: um estudo em três restaurantes de um clube étnico alemão de negócios, gastronomia e cultura*. 16.
- Freeman, L. C. (2004). *The development of social network analysis: A study in the sociology of science*. In. Vancouver, BC.: Empirical Press.
- Furnham, A. (2001). *Psicología Organizacional* (Primera ed.). México: Oxford University Press M.
- Galván, J., Romero, M., Rodríguez, E. M., Durand, A., Colmenares, E. y Saldivar, G. (2006). *La importancia del apoyo social para el bienestar físico y mental de las mujeres reclusas*. 29, 68-74.
- Garvin, D. (1993). *Building a learning organization*. In (pp. 78-89).
- Garzón, C. M. A. y Fisher, A. L. (2008). Modelo teórico de aprendizaje organizacional. *Pensamiento y Gestión*, 24, 195-224.
- Gil-Monte, P. (2014). *Manual de psicología aplicada al trabajo y la prevención de riesgos del trabajo*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Giuliani, E. y Bell, M. (2005). The micro-determinants of meso-level learning and innovation: evidence from a Chilean wine cluster. *Research Policy*, 34(1), 47-68. doi:10.1016/j.respol.2004.10.008
- Gobierno del Estado de Aguascalientes. (2016). <http://www.aguascalientes.gob.mx/estado>.
- Goetz K., Campbell S., Bjoern Broge J., Willms S. y Szecsenyi, J. (2011). Evaluation of job satisfaction of practice staff and general practitioners: an exploratory study. *BMC Family Practice*. 12, 137.
- Gomes, G., y Wojahn, R. M. (2017). Organizational learning capability, innovation and performance: study in small and medium-sized enterprises. 52. doi:doi:10.1016Zj.rausp.2016.12.003
- Gopal, C. y Gagnon, J. (1995). Knowledge, Information, Learning and the IS Manager. *Computerworld (Leadership Series)*, 1, 1-7.

- Griggspall, M. y Albrecht, S. (2003). Measuring empowerment in the workplace: Construct validation. *Australian Journal of Psychology*, 55, 126-126.
- Gutiérrez, D. M. d. C., Sapién, A. A. L. y Piñón, H. L. C. (2015). Gestión de conocimiento en PyME del sector servicios en la ciudad de Chihuahua. *Knowledge management in SMEs in the service sector in Chihuahua city.*, 7(15), 499-513.
- Gómez, C. G. y García, C. D. (2007). Innovación tecnológica, gestión del conocimiento, turismo y desarrollo local. Papel de la Universidad en este contexto. *Economía y Desarrollo*, 141.
- Gómez, D. M. R. (2016). Modelo estratégico de aprendizaje organizacional para impulsar la competitividad municipal. In (Vol. 40, pp. 1-30): *Pensamiento y Gestión*.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (1998). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Harley, B. (1999). The myth of empowerment: Work organisation, hierarchy and employee autonomy in contemporary Australian workplaces. *Work Employment and Society*, 13(1), 41-66. doi:10.1177/09500179922117782
- Hasani, K. y Sheikhesmaeili, S. (2016). Knowledge management and employee empowerment A study of higher education institutions. *Kybernetes*, 45(2), 337-355. doi:10.1108/k-04-2014-0077
- Hashemi, S. M., Schuler, S. R. y Riley, A. P. (1996). Rural credit programs and women's empowerment in Bangladesh. *World Development*, 24(4), 635-653. doi:10.1016/0305-750x(95)00159-a
- Hernández, A., Marulanda, C. E. y López, M. (2014). *Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de PYMES en Colombia*. 25. doi:10.4067/S0718-07642014000200013
- Hernández, P. (2012). *Redes de colaboración de la ANUIES. Un acercamiento a las regionales*. XLI, 75-89.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill Education
- Herzberg, F., Mausner, B. y Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. In. New York, USA.: Willey Ed.
- Hollenbeck, J. R. y Jamieson, B. B. (2015). Human capital, social capital, and social network analysis: implications for strategic human resource management.

Academy of Management Perspectives, 29(3), 370-385.
doi:10.5465/amp.2014.0140

- Hoppock, R. (1935). *Job Satisfaction*. In. New York, USA.: Harper Ed.
- Huber, G. (1991). Organizational learning: the contributing process and the literature. In (Vol. 2, pp. 88-115): *Organization science*.
- Idrovo Carlier, S. y Leyva Townsend, P. (2014). Éxito y satisfacción laboral y personal: Cómo lo perciben mujeres que trabajan en Bogotá. [Work and personal success and satisfaction: How colombian women perceive them]. *Pensamiento y Gestión*(36), 155-183.
- INEGI (2017). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- Jariego, I. y Martínez, G., M. (1999). *Cadenas migratorias y redes de apoyo social de las mujeres peruanas en Sevilla*. 29, 87-105.
- Kaaber, N. (1998). Money Can't Buy me Love? Re-evaluating Gender, Credit and Empowerment in Rural Bangladesh. *Institute of Development Studies, University of Sussex*.
- Kazlauskaitė, R., Buciušienė, I. y Turauskas, L. (2012). Organisational and psychological empowerment in the HRM-performance linkage. *Employee Relations*, 34(2), 138-158. doi:10.1108/01425451211191869
- Kazlauskaitė, R., Buciušienė, I., Turauskas, L. y Salciuvienė, L. (2009). A comparative study of employee empowerment in danish and lithuanian hotels. *Transformations in Business y Economics*, 8(2), 66-85.
- Kim, B. P., Murrmann, S. K. y Lee, G. (2009). Moderating effects of gender and organizational level between role stress and job satisfaction among hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 612-619. doi:10.1016/j.ijhm.2009.04.001
- Kishor, S. (2000). *Women's Contraceptive Use in Egypt: What do Direct Measures of Empowerment Tell Us?* In. Los Angeles, California.: Annual meeting of the Population Association of America.
- Kogut, B. y Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3(3), 383-397. doi:10.1287/orsc.3.3.383
- Landström y H.Frank, H. V., J. M. (1997). *Entrepreneurship and Small Business Research in Europe*, Avebury, Aldershot. In.
- Laschinger, H. K. S. y Finegan, J. (2005). Using empowerment to build trust and respect in the workplace: A strategy for addressing the nursing shortage. *Nursing Economics*, 23(1), 6-13.

- Ledezma, B. A. O. y Pedraza, N. (2010). La satisfacción laboral en restaurantes de comida rápida en Ciudad Victoria, Tamaulipas. *Universidad Veracruzana, Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas*.
- Lee, K. C., Lee, S. y Kang, I. W. (2005). KMPI: measuring knowledge management performance. *Information y Management*, 42(3), 469-482. doi:10.1016/j.im.2004.02.003
- León, M. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo S. A.
- Liendo, M. y Martínez, A. (2001). *Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES*.
- Lillo, B. A. y Casado, D. J. M. (2011). *Capital humano y turismo: Rendimiento educativo, desajuste y satisfacción laboral*. 29, 755-780.
- Locke, E. (1984). Job Satisfaction. *Social psychology and organizational behaviour*, 93-117.
- Lozares, C. (1996). Teoría de las Redes Sociales, en *Revista Redes*.
- López, V., Ahumada, L., Olivares, R. y González, Á. (2012). Escala de medición del aprendizaje organizacional en centros escolares. *Psicothema*, 24, 323-329.
- Macías, G. G. (2016). Análisis de las redes sociales de las mujeres trabajadoras. El caso de la labor de la investigación. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 106-120.
- Maldonado, G. G., Martínez, S. M. C. y Ramírez, R. G. (2012). Gestión del conocimiento y crecimiento en la Pyme manufacturera de Aguascalientes (México). . In (Vol. 28, pp. 25-36): *Cuadernos de Administración*.
- Malnati, A. H., Fisher, L. A., Zakrajsek, R. A., Larsen, L. K., Bejar, M. P., Raabe, J. J. y Fynes, J. M. (2016). U.S. NCAA Division I Female Student-Athletes' Perceptions of an Empowerment and Social Responsibility Program. *Sport Psychologist*, 30(1), 40-54. doi:10.1123/tsp.2014-0165
- Martín, P. A. (2008). *Estudio comparativo de la satisfacción laboral en el personal de administración*. 24, 25-40.
- Martínez S., M. (2008). *Satisfacción y clima laboral del capital humano en la empresa de Comisión Federal de Electricidad en sus diversas agencias urbanas en la división bajo zona Aguascalientes*. (Maestría en Administración). Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México.
- Martínez, S. M., García, P. d. L. D. y Maldonado, G. G. (2010). *Innovación y Gestión del Conocimiento en la PYME de Aguascalientes*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- Maton, K. I. (2008). Capacitar ONU Entornos comunitarios: Agentes de Desarrollo individual, SIMILARES similares mejoramiento de la comunidad y el Cambio Positivo. In (Vol. 41, pp. 4-21): *American Journal of Community Psychology*.
- Matta, A. (2012). Aportes del análisis de redes sociales a la gestión de estrategias de cooperación empresarial. *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales* Vol. 23, 5, Diciembre 2012 <http://revista-redes.rediris.es/> 146 23, 146-177. doi:<http://dx.doi.org/10.5565/rev/redes.442>
- Matthews, R. A., Diaz, W. M. y Cole, S. G. (2003a). *The organizational empowerment scale*. 32, 297-318.
- Matthews, R. A., Diaz, W. M. y Cole, S. G. (2003b). The organizational empowerment scale. *Personnel Review*, 32(3), 297-318. doi:10.1108/00483480310467624
- Maza, D. C. O. (2008). *El empoderamiento de las mujeres. Una revisión de distintas formas de trabajo no asalariado*. In. Aguascalientes, México.: D.R. IAM. Instituto Aguascalentense de las Mujeres.
- Meliá, J. L. y Peiró, J. M. (1989). *La medida de la satisfacción laboral en contextos organizacionales: El Cuestionario de Satisfacción S20/23*. 5, 59-74.
- Mendoza, S. M. I., León, J. J. C., Orgambídez, R. A. y Borrego, A. Y. (2009). Evidencias de Validez de la Adaptación Española de la Organizational Empowerment Scale. [Validity Evidence of the Spanish Adaptation of the Organizational Empowerment Scale]. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 25(1), 17-28. doi:10.4321/s1576-59622009000100003
- Mendoza-Sierra, M. I., Orgambidez-Ramos, A., Carrasco-Gonzalez, A. M. y Leon-Jariego, J. C. (2014). Service Climate as a Mediator of Organizational Empowerment in Customer-Service Employees. *Spanish Journal of Psychology*, 17, 10. doi:10.1017/sjp.2014.4
- Meroño, C. A. L. (2005). *El correo electrónico en las Pymes para la comunicación y gestión del conocimiento*. 5, 70-79.
- Meza, O. A. (2002). "Progresas" y el empoderamiento de las mujeres: estudios de caso en Vista Hermosa, Chiapas. 8, 67-93.
- Migneault, P., Rousseau, V. y Boudrias, J. S. (2009). The influence of work climate components on individual's empowerment. *European Review of Applied Psychology-Revue Europeenne de Psychologie Appliquee*, 59(3), 239-252. doi:10.1016/j.erap.2009.02.001
- Miles, L. (2016). The Social Relations Approach, empowerment and women factory workers in Malaysia. *Economic y Industrial Democracy*, 37(1), 3-22. doi:10.1177/0143831X14533734

- Mojica, C. E. P. (2012). *La influencia de la orientación al mercado y la innovación en la capacidad de internacionalización y desempeño de las Pymes del estado de aguascalientes*. (Doctor en Ciencias Administrativas). Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México.
- Monaghan, S., Gunnigle, P. y Lavelle, J. (2014). "Courting the multinational": Subnational institutional capacity and foreign market insidership. *Journal of International Business Studies*, 45(2), 131-150. doi:10.1057/jibs.2013.47
- Morandin, G. y Bergami, M. (2014). Schema-Based Sensemaking of the Decision to Participate and its Effects on Job Performance. *European Management Review*, 11(1), 5-20. doi:10.1111/emre.12019
- Moreno, J., M., Ríos, R. M., Canto, O., J., San Martín, G., J. y Perles, N., F. (2010). Satisfacción laboral y Burnout en trabajos poco cualificados: diferencias entre sexos en población inmigrante. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones.*, 26, 255-265.
- Muchinsky, P. M. (2006). *Psychology Applied to Work*. Belmont.
- Murphy, L. (2001). Exploring social interactions of backpackers. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 50-67. doi:10.1016/s0160-7383(00)00003-7
- Muñoz, E. H. (2011). *Redes de Colaboración Científica*. 12, 697.
- Ng, T. W. H. y Butts, M. M. (2009). Effectiveness of organizational efforts to lower turnover intentions: the moderating role of employee locus of control. *Human Resource Management*, 48(2), 289-310. doi:10.1002/hrm.20280
- Nieves, L. Y. R. (2015). *Activos de aprendizaje organizacional un activo de conocimiento crítico*. 49, 31-37.
- Nieves, R. H., Martínez, M. B., y Del Carmen Sigüenza, M. (2016). *La desigualdad entre mujeres y hombres en el sector hostelero español*. 25, 73-87.
- Noguera, M. P., Semitiel, G. M. y López, M. M. (2016). Estructura interindustrial y desarrollo económico. Un análisis desde las perspectivas de redes e input-output. (Spanish). *Interindustrial Structure and Economic Development. An Analysis from Network and Input-Output Perspectives*. (English), 83(3), 581-609.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. . New York-Oxford.: Oxford University Press. .
- OCDE. (2003). *Measuring Knowledge Management in the Business Sector: First Steps*.
- Ontiveros, M. M. M., y Carrillo, J. D. V. C. (2015). *Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en bahías de Huatulco, Oaxaca-México*. 24, 316-335.

- Orgambídez, R. A., Moura, D. y De Almeida, H. (2017). *Estrés de rol y empowerment psicológico como antecedentes de la satisfacción laboral*. 35, 257-278. doi:10.18800/psico.201701.009
- Oxaal, Z. e., y Sally, B. (1997). *Gender and Empowerment: Definitions, Approaches and Implications for Policy*. In Brighton, UK.: Institute of Development Studies.
- Palacios, F. C., Albarracín, E. G. y González, C., C. H. (2012). *Impacto de la orientación al aprendizaje en la innovación de las MIPYMES colombianas*. 28, 77-90.
- Palacios Marqués, D. y Garrigós Simón, F. (2006). Propuesta de una escala e la gestión del conocimiento en las industrias de biotecnología y telecomunicaciones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 12(1), 207-224.
- Parella, R. S. (2003). *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación* (Primera Ed.). España: Anthropos Editorial.
- Parker, S. (2004). *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*. In Cambridge, UK.: Cambridge University Press.
- Pelit, E., Öztürk, Y. y Arslantürk, Y. (2011). The effects of employee empowerment on employee job satisfaction A study on hotels in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(6), 784-802. doi:10.1108/09596111111153475
- Perez, S. A., Soto, V. L., Valenzuela, M. B. y León, D. J. A. (2013). *Un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las Pymes del sector restaurantero para identificar áreas de mejora en sus procesos productivos*. 9, 153-183. doi:10.3926/ic.381
- Peterson, N. A. y Zimmerman, M. A. (2004). Beyond the individual: Toward a nomological network of organizational empowerment. *American Journal of Community Psychology*, 34(1-2), 129-145. doi:10.1023/b:ajcp.0000040151.77047.58
- Peña, F. (1998). *Mujeres indocumentadas: redes sociales, marginalidad y pobreza*. In (pp. 239-247). México: *Mujeres, género y desarrollo*.
- Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R., Xocolotzin, U. y Givaudan, M. (2007). Escala para medir agencia personal y empoderamiento. In (Vol. 41, pp. 295-304): *Revista Interamericana de Psicología*.
- Ping, H., Murrmann, S. K. y Perdue, R. R. (2010). An Investigation of the Relationships among Employee Empowerment, Employee Perceived Service Quality, and Employee Job Satisfaction in a U.S. Hospitality Organization. *Journal of Foodservice Business Research*, 13(1), 36-50. doi:10.1080/15378021003595947

- Ponce Álvarez, A. A. y Alabart Pino, Y. (2015). Programa de gestión del conocimiento para el área de cocina de un hotel. (Spanish). *Knowledge management program for the area of a hotel kitchen. (English)*, 14(2), 1-15.
- Pozo, J. I. (1989). *Teorías cognitivas del aprendizaje.*: Ediciones Morata.
- Prendes, E. M. P., Castañeda, Q. L., Solano, F., I. M., Roig, V. R., Aguiar, P. M. V. y Serrano, S., J. L. (2016). *Validación de un cuestionario sobre hábitos de trabajo y aprendizaje para futuros profesionales: Explorar los Entornos personales de Aprendizaje.* 22, 1-45. doi:doi:10.7203/relieve.22.2.7228
- Probst, G., Raub, S., y Romhardt, K. (2001). *Administre el conocimiento.* In: México: Pearson Educación.
- Pérez, Y. C. y Basnuevo, A. M. (2009). *El análisis de las redes sociales en la identificación de las relaciones de colaboración: estudio de la Revista Cubana de Ciencia Agrícola.* 20, 1-8.
- Ramos, V. I. (2015). *Análisis de redes sociales: una herramienta efectiva para evaluar coaliciones comunitarias.* (Spanish). *Social network analysis: an effective tool for evaluating community coalitions. (English)*, 17(3), 323-336. doi:10.15446/rsap.v17n3.43051
- Restrepo, I. M., Arias, A. V. y Restrepo, A. M. (2016). *Mapeo del campo de conocimiento en intenciones emprendedoras mediante el análisis de redes sociales de conocimiento.* (Spanish). *Field mapping of knowledge in entrepreneurial intentionsthrough analysis of social knowledge network. (English)*, 24(2), 337-350.
- Riger, S. (1993). What's wrong with empowerment? *American Journal of Community Psychology*, 21(3), 279-292.
- Rocca, E., de Lema, D. P., y Gómez-Guillamón, A. D. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la Mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Contabilidad y negocios*, 11, 52-68. doi:doi:10.18800/contabilidad.201602.004
- Rodríguez, I., Pulido, F. J., Shaadi, R. R., y Vargas, A. (2016). *Dinámica relacional en los Pueblos Mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes.*
- Rodríguez, J. A. (1995). *Análisis estructural y de redes.* Madrid, España.: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rodríguez, M. (2005). *Medición del Conocimiento. Aspectos Teóricos.* (Biotecnología y ciencias de la información). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- Rodríguez, R. S. M. (2015). *Redes de colaboración académica: una respuesta a los desafíos de la globalización y la sociedad del conocimiento.* 4(1-18).

- Rowlands, J. (1997). *Questioning Empowerment. Working with Women in Honduras*. (Vol. 174). Irelan: Oxfam.
- Salanova, M., Llorens, S., Cifre, E. y Martínez, I. M. (2012a). We Need a Hero! Toward a Validation of the Healthy and Resilient Organization (HERO) Model. *Group y Organization Management*, 37, 785-822. doi:10.1177/1059601112470405
- Salanova, M., Llorens, S., Cifre, E. y Martínez, I. M. (2012b). We Need a Hero! Toward a Validation of the Healthy and Resilient Organization (HERO) Model. *Group y amp; Organization Management*, 37, 785-822. doi:10.1177/1059601112470405
- Salgado, J. F., Remeseiro, R. C. y Iglesias, M. (1996). *Clima organizacional y satisfacción laboral en una PYME*. 8.
- Sallis, E. y Jones, G. (2002). *Knowledge Management in Education: enchancing learning and education*. In. Londres: Kogan Page Limited.
- Sanguino, G. n. R. (2005). *Gestión del conocimiento y competitividad: análisis en las ciudades españolas*. In: Universidad de Extremadura, España.
- Scott, J. (1991). *Social Network Analysis*. In. Newbury Park, London: Sage.
- Scott, N., Cooper, C. y Baggio, R. (2008). Destination networks - Four Australian cases. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 169-188. doi:10.1016/j.annals.2007.07.004
- Sebastián, J. (2000). *Las redes de cooperación como modelo organizativo y funcional para la I+D*. In (Vol. 7, pp. 97-111): *Redes*.
- Shaw, R., B., y Perkins, D. N. (1991). Teach ing organizations to learn. In (Vol. 9, pp. 1-12): *Organization Development Journal*.
- Simanca, M. M., Montoya, L. A. y Bernal, C. A. (2016). Gestión del Conocimiento en Cadenas Productivas. El Caso de la Cadena Láctea en Colombia. (Spanish). *Knowledge Management in Production Chains. The Case of the Dairy Chain in Colombia. (English)*, 27(3), 93-106. doi:10.4067/S0718-07642016000300009
- Singh, R. M., y Gupta, M. (2014). Knowledge management in teams: empirical integration and development of a scale *Information Science y Technology* 2, 1093-1099.
- Sohrabi, F., Chenari, A., Nazem, F., Farahzadi, M., y Bahmanabadi, M. (2013a). The Relationship between Knowledge Management and Employees' Empowerment in Justice Administration of Tehran Province. *Proceedings Of The European Conference On Knowledge Management*, 2, 652-660.
- Sohrabi, F., Chenari, A., Nazem, F., Farahzadi, M., y Bahmanabadi, M. (2013b). The Relationship between Knowledge Management and Employees'

- Empowerment in Justice Administration of Tehran Province. *Proceedings Of The European Conference On Knowledge Management Proceedings Of The European Conference On Knowledge Management*, 2, 652-660.
- Speer, P., Peterson, N., Armstead, T. y Allen, C. (2013). The influence of participation, gender and organizational sense of community on Psychological empowerment: The moderating effects of income. In (Vol. 51, pp. 103-113): *American Journal of Community Psychology*.
- Spicer, D. P. y Sadler, S. E. (2006). *Organizational Learning in Smaller Manufacturing Firms*. 24, 133-158. doi:doi:10.1177/02662426060618361
- Spreitzer, G. M. (1995). An empirical test of a comprehensive model of intrapersonal empowerment in the workplace. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 601-629. doi:10.1007/bf02506984
- Subiñas Abad, M. (2009). *El empoderamiento femenino en las organizaciones: un modelo de estudio a partir de la cultura organizacional. Estudio de caso en México*. (Maestría en Estudios de Género). Colegio de México, México, D.F.
- Suárez, L. P. V., Barquín, R. S., Jiménez, G. C. y Alfonso, M. J. P. (2016). Teorías y métodos en la investigación sobre turismo, género y mujeres en Iberoamérica: un análisis bibliográfico. *Cuadernos de Turismo*, 38, 485-501.
- Sánchez, S. M. S., Sellero P. Cruz, G. M. Sánchez, Sellero, J. (2014). Características organizacionales de la satisfacción laboral en España. In (Vol. 54, pp. 537-547): *Revista de administração de empresas*.
- Tejada, G., Moreno, P., y Rodríguez, G. (2013). *Contribución de las PYMES turísticas al desarrollo*. 35, 103-119.
- Thorlakson, A. J. H. y Murray, R. P. (1996). An empirical study of empowerment in the workplace. *Group y Organization Management*, 21(1), 67-83. doi:10.1177/1059601196211004
- Tirado, R. y Luna, M. (2001). Las asociaciones empresariales y la construcción de redes de conocimiento. *La formación de redes de conocimiento*. In (pp. 119-160): *Una perspectiva regional desde México*.
- Todd, N. R., Houston, J. D. y Suffrin, R. L. (2015). Applying affiliation social network analysis to understand interfaith groups. *Aplicación del análisis de redes sociales de afiliación para comprender los grupos interreligiosos.*, 24(3), 147-154. doi:10.1016/j.psi.2015.07.007
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33. doi:10.1016/j.annals.2009.05.001
- Valencia, R. M. (2015). *Capacidades dinámicas, innovación de producto e aprendizaje organizacional en Pymes del sector cárnico*. 36, 297-305.

- Vargas, F. T. y Porraspita, D. A. (2012). *Sistema de gestión de la capacitación para el turismo sostenible*. 11, 1-9.
- Vargas, T. J. A. (2014). *Desarrollo Humano*. México: Trillas
- Vargas, V. A. y Rodríguez, H. I. (2013). Dinámica relacional de la gestión turística en el pueblo mágico de Calvillo, Aguascalientes, México. In (pp. 137-160): *Teoría y Praxis*.
- Warr, P., Cook, J. y Wall, T. (1979). Scales for the Measurement of Some Work Attitudes and Aspects of Psychological Well- Being. In (Vol. 52, pp. 129-148): *Journal of Occupational Psychology*.
- Weiss, H. y Shaw, J. (1979). Social influences on judgments about tasks. *Organizational behavior and human performance*. 24, 126-140.
- Zietsma, C., Winn, M., Branzei, O. y Vertinsky, I. (2002). The war of the woods: Facilitators and impediments of organizational learning processes. In (Vol. 13): *British Journal of Management*.
- Zimmerman, M. (2000). Empowerment theory. En J. Rappaport y E. Seidman (Eds). *Handbook of community psychology* (pp. 43-63). New York, NY: Kluwer.

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Apreciable trabajador: estamos realizando una investigación para determinar el nivel de Aprendizaje, Satisfacción Laboral, Empoderamiento Organizacional y Redes de Colaboración en las empresas turísticas de Aguascalientes. Esperamos su cooperación contestando las siguientes preguntas. La información que usted nos proporcione será tratada con absoluta confidencialidad. GRACIAS DE ANTEMANO POR SU APOYO.

BLOQUE I: DATOS GENERALES

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL _____
 DIRECCIÓN: c/ _____ N° _____
 COLONIA _____ MUNICIPIO _____
 ACTIVIDAD o GIRO: _____

1.- Indique los valores de las siguientes variables, así como la tendencia para el año 2018

	2016	2017	Tendencia 2018		
			Aumento	Igual	Disminución
No. de empleados			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?..... años

3.- ¿El control mayoritario de su empresa es familiar? (Un grupo familiar tiene más del 50% del capital y el gerente es familiar):

SI NO

4.- El género del director general / gerente de su empresa, es:

Masculino Femenino

5.- ¿Cuál es su puesto dentro de la empresa?

6.- ¿Cuál es su antigüedad en la empresa? años

7.- Su género, es:

Masculino Femenino

8.- ¿Cuál es su nivel de formación?:

Educación Básica	<input type="checkbox"/>	Bachillerato	<input type="checkbox"/>
Carrera Técnica o Comercial	<input type="checkbox"/>	Licenciatura o Ingeniería	<input type="checkbox"/>
Maestría	<input type="checkbox"/>	Doctorado	<input type="checkbox"/>

BLOQUE II: EMPODERAMIENTO ORGANIZACIONAL

9.- Por favor indique si su empresa...

		Total desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Acuerdo	Total acuerdo
EOE1	Pensar diferente es algo que se valora.	1	2	3	4	5
EOE2	Se le proporciona información sobre sus objetivos.	1	2	3	4	5
EOE3	Se le proporciona información sobre el cómo serán alcanzados sus objetivos.	1	2	3	4	5
EOE4	Los empleados tienen voz para cambiar la manera de operar la empresa.	1	2	3	4	5
EOE5	Se fomenta la toma de riesgos con respecto al trabajo.	1	2	3	4	5
EOE6	Al desempeñar las funciones laborales, los empleados son motivados a usar sus propias habilidades en la resolución de problemas.	1	2	3	4	5
EOE7	Se ha establecido instrucciones al brindar un servicio	1	2	3	4	5
EOC8	Los empleados tienen opinión al momento de definir sus responsabilidades laborales.	1	2	3	4	5
EOC9	Los empleados tienen opinión al establecer sus propios estándares al brindar un servicio.	1	2	3	4	5

EOC10	Los empleados pueden elegir cuando tomar sus días de descanso.	1	2	3	4	5
EOC11	Los empleados tienen opinión en el área en la que son asignados.	1	2	3	4	5
EOC12	Los empleados tienen opinión al momento de la contratación de nuevos empleados	1	2	3	4	5
EOC13	Los empleados participan en el establecimiento de su plan de retiro	1	2	3	4	5
EOC14	Los empleados tienen la oportunidad de evaluar a su supervisor.	1	2	3	4	5
EOC15	Los empleados tienen la oportunidad de conocer la información financiera de la empresa.	1	2	3	4	5
EOC16	Se tiene una forma adecuada de difundir la información en todas las áreas de la empresa.	1	2	3	4	5
EOC17	Los empleados tienen acceso a la información de su expediente	1	2	3	4	5
EOC18	Se publica información de los estímulos o bonos otorgados.	1	2	3	4	5
EOC19	Se proporciona a los empleados la información sobre sus clientes.	1	2	3	4	5

BLOQUE III: SATISFACCIÓN LABORAL

10.- Por favor indique si su empresa...

		Total desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Acuerdo	Total acuerdo
SLE1	Con las condiciones físicas del trabajo	1	2	3	4	5
SLI2	Con la libertad de escoger su propio forma de trabajo	1	2	3	4	5
SLE3	Con sus compañeros de trabajo	1	2	3	4	5
SLI4	Con el reconocimiento al realizar un buen trabajo	1	2	3	4	5
SLE5	Con su jefe inmediato	1	2	3	4	5
SLI6	Con la cantidad de responsabilidad asignada	1	2	3	4	5
SLE7	Con su salario	1	2	3	4	5
SLI8	Con la oportunidad de usar sus habilidades	1	2	3	4	5
SLE9	Con la relación laboral entre la administración y los trabajadores en la empresa	1	2	3	4	5
SLI10	Con las oportunidades de subir de puesto	1	2	3	4	5
SLE11	Con la manera en que la empresa es administrada	1	2	3	4	5
SLI12	Con la atención a las sugerencias que realiza	1	2	3	4	5
SLE13	Con el horario de trabajo	1	2	3	4	5
SLI14	Con la variedad de tareas que realiza	1	2	3	4	5
SLE15	Con la estabilidad laboral	1	2	3	4	5
SLE16	Tomando en cuenta todo lo anterior, ¿cómo se siente con su trabajo?	1	2	3	4	5

11.- Por favor indique si su empresa...		Total desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Acuerdo	Total acuerdo
AO11	Las personas en la organización aprenden observando a sus compañeros de trabajo	1	2	3	4	5
AO12	En esta entidad las personas producen conocimiento ensayando y probando	1	2	3	4	5
AO13	Las personas aprenden de los documentos disponibles en la entidad	1	2	3	4	5
AO14	En esta organización los trabajadores aprenden de las directrices que reciben de su jefe o superior	1	2	3	4	5
AO5	En la entidad las personas aprenden mediante el diálogo con otros trabajadores	1	2	3	4	5
AO6	Las personas en la entidad aprenden cuando trabajan en grupo	1	2	3	4	5
AO7	Las personas de la entidad aprenden cuando trabajan en grupo con entusiasmo	1	2	3	4	5
AO8	Las personas de la entidad intercambian conocimiento libremente cuando trabajan en grupo	1	2	3	4	5
AO9	Las personas de la entidad logran aprendizajes compartidos cuando trabajan en grupo	1	2	3	4	5
AOC10	El conocimiento con el que cuenta la entidad es aplicado por sus miembros	1	2	3	4	5
AOC11	Entre grupos de trabajo se comparte conocimiento para resolver un problema común	1	2	3	4	5
AOC12	La entidad responde a las presiones de cambio del entorno aprendiendo en el tiempo requerido	1	2	3	4	5
AOC13	La entidad mejora sus procesos con base en el conocimiento de las personas que trabajan en ella	1	2	3	4	5
AOC14	La entidad genera nuevos productos o servicios con base en el conocimiento de las personas que trabajan en ella	1	2	3	4	5
AOG15	A las personas que cometen errores proponiéndose innovar se les anima para que continúen trabajando	1	2	3	4	5
AOG16	Las personas se apoyan mutuamente de forma voluntaria aunque no forme parte de sus funciones	1	2	3	4	5
AOG17	Los directivos manifiestan que el aprendizaje de sus trabajadores contribuye al logro de los objetivos laborales	1	2	3	4	5
AOG18	Se promueven situaciones para que las personas intercambien sus conocimientos	1	2	3	4	5
AOG19	Se otorga reconocimiento a las personas que producen conocimiento	1	2	3	4	5
AOT20	La información institucional requerida para el trabajo se encuentra disponible para sus miembros	1	2	3	4	5
AOT21	Los directivos suministran a sus grupos de trabajo información de reuniones y eventos a los que ellos asisten	1	2	3	4	5
AOT22	Los medios que la organización utiliza para el intercambio de información son eficaces	1	2	3	4	5
AOT23	Cuando se solicita información laboral a otro compañero de trabajo ésta se obtiene en el tiempo requerido	1	2	3	4	5
AOF24	Se capacita a los trabajadores	1	2	3	4	5
AOF25	Se promueve el desarrollo de las habilidades de sus trabajadores	1	2	3	4	5
AOF26	La capacitación que los trabajadores reciben es aplicable al trabajo	1	2	3	4	5
AOF27	Se actualiza a los empleados sobre los cambios que ocurren en ella	1	2	3	4	5
AOF28	Cuando un trabajador ingresa a la empresa, recibe inducción	1	2	3	4	5

BLOQUE V: REDES DE COLABORACIÓN

12.- Por favor indique si su empresa se presentan los siguientes elementos...

		Total desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Acuerdo	Total acuerdo
RC1	Confianza mutua entre socios y miembros de la industria turística.	1	2	3	4	5
RC2	Compromiso mutuo para alcanzar objetivos estratégicos compartidos al asociarse con otros.	1	2	3	4	5
RC3	Capacidad y disposición para compartir conocimientos.	1	2	3	4	5
RC4	Capacidad para crear y mantener relaciones efectivas con los clientes.	1	2	3	4	5
RC5	Capacidad y disposición para trabajar conjuntamente con socios estratégicos.	1	2	3	4	5
RC6	Capacidad y disposición para desarrollar proyectos conjuntos con socios estratégicos.	1	2	3	4	5
RC7	Interés por pertenecer a cámaras o asociaciones relacionadas con la industria turística.	1	2	3	4	5
RC8	Capacidad para hacer uso de los beneficios obtenidos de pertenecer a cámaras o asociaciones relacionadas con la industria.	1	2	3	4	5
RC9	Una baja colaboración entre las empresas se da debido a la competencia y desconfianza.	1	2	3	4	5
RC10	Existe una conciencia de los beneficios que generan las redes de colaboración.	1	2	3	4	5

BLOQUE VI: REDES SOCIALES

13- Mencione a las personas o entidades con las que más se vincula para cuestiones relacionadas a la capacitación (recibir cursos o instrucciones de su trabajo)

NÚMERO	NOMBRE	ÁREA O DEPARTAMENTO	
1			INTERNOS
2			
3			
4			
5			
NÚMERO	NOMBRE	ÁREA O DEPARTAMENTO	
1			EXTERNOS
2			
3			
4			
5			

Anexo 2. Cartel de investigación presentado en el Seminario de Investigación



EL EFECTO DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LAS REDES SOCIALES EN EL EMPODERAMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LAS MUJERES EN LAS PYMES TURÍSTICAS DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES

AUTOR: Martha Rocío Guerra Gutiérrez.
Universidad Autónoma de Aguascalientes.

COAUTOR: Ismael Manuel Rodríguez Herrera.
Universidad Autónoma de Aguascalientes.



INTRODUCCIÓN:

El involucrar a las mujeres al trabajo dentro de las empresas, se ha venido incrementando cada vez más, debido a los beneficios que aporta tanto a la economía de los países como a la calidad de vida de la familia (León, 1997). Además, se les ha reconocido una importante contribución a la creación de riqueza, a la innovación y al desarrollo económico en general. Todo ello ha provocado que se genere un debate académico y político sobre la población empresarial femenina (Álvarez y Meyer, 1998; Carter y Weeks 2002), si bien todavía se ha investigado poco de una forma sistemática y basada en la teoría (Baker, 1997; Landström, 1997; Brushy Hisrich, 1999; Parker, 2004). La mujer forma parte de un eslabón muy importante en el ámbito empresarial y especialmente en el sector turístico, el cual ha sido un tema en el que se ha venido experimentando un "continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta lograr situarse como uno de los motores claves del actual progreso socio económico mundial" (Tejada y Moreno, 2013).

Empoderamiento

Proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno (Hashemi, Schuler, & Riley, 1996).

Gestión del conocimiento

La capacidad de una compañía para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre los miembros de la organización y materializarlos en productos, servicios y sistemas Nonaka y Takeuchi (1999).

Redes sociales

El estudio de un conjunto de relaciones entre actores y las relaciones que las unen y las dividen (Freeman, 2004).

Satisfacción laboral

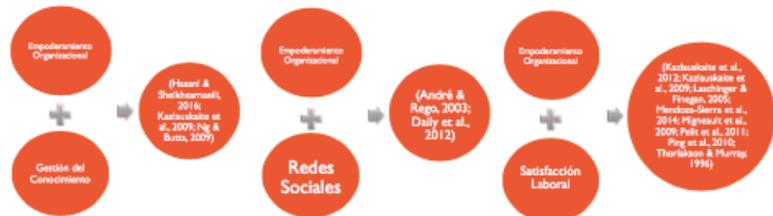
El estado emocional positivo o placentero resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales de la persona (Locke, 1969).

OBJETIVO:

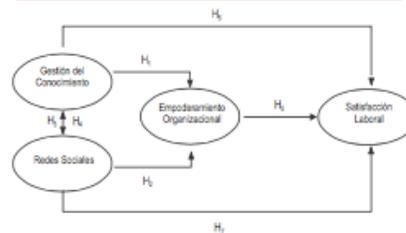
Determinar cuál es el impacto que ejercen la gestión del conocimiento y las redes de colaboración en el desarrollo del empoderamiento organizacional y la satisfacción laboral en las mujeres que laboran dentro de las empresas turísticas de Aguascalientes.

METODOLOGÍA:

Para la presente investigación, se pretende utilizar una metodología de tipo cuantitativo, científico, transversal y causal. Para la recolección de los datos se utilizará como apoyo una encuesta en la que se incluyan escalas validadas de los constructos presentados. La unidad de análisis son las mujeres que trabajan dentro de las PYMES turísticas del Estado de Aguascalientes.



Modelo de Investigación



Hipótesis de Investigación

De base al modelo teórico presentado para la presente investigación, se genera una serie de hipótesis, las cuales explican las relaciones que se generan entre las constructos.

- H₁ La gestión del conocimiento tiene un efecto significativo en el desarrollo de empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las empresas turísticas de Aguascalientes.
- H₂ Las redes de colaboración tienen un efecto significativo en el desarrollo de empoderamiento organizacional de las mujeres que laboran dentro de las empresas turísticas de Aguascalientes.
- H₃ La gestión del conocimiento impacta significativamente en la gestión de conocimiento.
- H₄ El desarrollo de empoderamiento tiene un efecto significativo sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan dentro de las empresas turísticas de Aguascalientes.
- H₅ La gestión del conocimiento tiene un efecto significativo sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan dentro de las empresas turísticas de Aguascalientes.
- H₆ La generación de redes de colaboración tiene un efecto significativo sobre la satisfacción laboral de las mujeres que trabajan dentro de las empresas turísticas de Aguascalientes.

REFERENCIAS

1. Álvarez, S. y Meyer, G. D. 1998. Why do women become entrepreneurs?, *Frontiers of Entrepreneurship Research*
2. Baker, T.; Aldrich, H. y Liou, N. 1997. Invisible entrepreneurs: The neglect of women owners by mass media and scholarly journals in the USA. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 9, pp. 221 -239.
3. Brauh, C. G. y Hisrich, R. D. 1999. «Women-owned businesses: why do they matter?», en Z. J., *Acis Are Small Firms Important? Their Role and Impact*, US SBAdm., Kluwer Academic Publishers, pp. 111 -127.
4. Carter, S. y Weeks, J. 2002. Special Issue: Gender and business ownership: International perspective on theory and practice. *Ent. Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 3 (2), pp. 81 -825.
5. Landström, H.; Frank, H. y Viciñana, J. M. 1997. *Entrepreneurship and Small Business Research in Europe*, Avebury, Aldershot.
6. León M. 1997. Poder y empoderamiento de las mujeres. T.M editores, U.N. Facultad de ciencias Humanas, Bogotá. 1997.
7. Parker, S. 2004. *The Economics of Self -Employment and Entrepreneurship*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
8. Tejada González P., Moreno Pacheco P., Rodríguez Gutiérrez MJ. 2013. Contribución de las pymes turísticas al desarrollo. *Revista de economía mundial*. Vol. 35, pp 103 -119.