



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES**

CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

TESIS

**“ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA EN LA INNOVACIÓN DE LAS PYMES DE
AGUASCALIENTES, UN ESTUDIO COMPARATIVO POR GÉNERO”**

TESIS QUE PRESENTA

LIC. ADRIÁN CARRANZA LARA

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

TUTORA

DRA. MARÍA DEL CARMEN MARTÍNEZ SERNA

INTEGRANTES DEL COMITÉ TUTORAL

DR. JOSÉ TRINIDAD MARÍN AGUILAR

DRA. MARGARITA RAMÍREZ RAMÍREZ

AGUASCALIENTES, AGS, A 7 DE FEBRERO DE 2024.

AUTORIZACIONES

CARTA DE VOTO APROBATORIO INDIVIDUAL

MF. VIRGINIA GUZMAN DIAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PRESENTE

Por medio del presente como **TUTORA** designada del estudiante **ADRIAN CARRANZA LARA** con ID 164635 quien realizó la tesis titulada: "**ORIENTACION EMPRENDEDORA EN LA INNOVACION DE LAS PYMES DE AGUASCALIENTES, UN ESTUDIO COMPARATIVO POR GENERO**", un trabajo propio, innovador, relevante e inédito y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia doy mi consentimiento de que la versión final del documento ha sido revisada y las correcciones se han incorporado apropiadamente, por lo que me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que él pueda proceder a imprimirlo 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 Proferre"

Aguascalientes, Ags., a 29 de enero de 2025.


DRA. MARIA DEL CARMEN MARTINEZ SERNA
Tutora de tesis

c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría Técnica del Programa de Posgrado

Elaborado por: Depto. Apoyo al Posgrado.
Revisado por: Depto. Control Escolar/Depto. Gestión de Calidad.
Aprobado por: Depto. Control Escolar/ Depto. Apoyo al Posgrado.

Código: DO-SEE-FO-07
Actualización: 01
Emisión: 17/05/19

CARTA DE VOTO APROBATORIO
INDIVIDUAL

MF. VIRGINIA GUZMAN DIAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PRESENTE

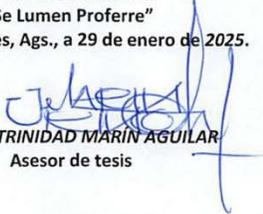
Por medio del presente como **ASESOR** designado del estudiante **ADRIAN CARRANZA LARA** con ID 164635 quien realizó *la tesis* titulada: "**ORIENTACION EMPRENDEDORA EN LA INNOVACION DE LAS PYMES DE AGUASCALIENTES, UN ESTUDIO COMPARATIVO POR GENERO**", un trabajo propio, innovador, relevante e inédito y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia doy mi consentimiento de que la versión final del documento ha sido revisada y las correcciones se han incorporado apropiadamente, por lo que me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que *él* pueda proceder a imprimirlo 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 Proferre"

Aguascalientes, Ags., a 29 de enero de 2025.


DR. JOSÉ TRINIDAD MARÍN AGUILAR
Asesor de tesis

c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría Técnica del Programa de Posgrado

Elaborado por: Depto. Apoyo al Posgrado.
Revisado por: Depto. Control Escolar/Depto. Gestión de Calidad.
Aprobado por: Depto. Control Escolar/ Depto. Apoyo al Posgrado.

Código: DO-SEE-FO-07
Actualización: 01
Emisión: 17/05/19

**CARTA DE VOTO APROBATORIO
INDIVIDUAL**

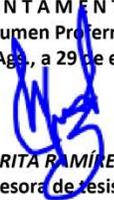
**MF. VIRGINIA GUZMAN DIAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

PRESENTE

Por medio del presente como **ASESORA** designada del estudiante **ADRIAN CARRANZA LARA** con ID **164635** quien realizó la tesis titulada: **"ORIENTACION EMPRENDEDORA EN LA INNOVACION DE LAS PYMES DE AGUASCALIENTES, UN ESTUDIO COMPARATIVO POR GENERO"**, un trabajo propio, innovador, relevante e inédito y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia doy mi consentimiento de que la versión final del documento ha sido revisada y las correcciones se han incorporado apropiadamente, por lo que me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que **él** pueda proceder a imprimirlo 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 Proferre"
Aguascalientes, Ags., a 29 de enero de 2025.


DRA. MARGARITA RAMÍREZ RAMÍREZ
Asesora de tesis

c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría Técnica del Programa de Posgrado

M. EN C.E.A. IMELDA JIMÉNEZ GARCÍA
DEPARTAMENTO DE CONTROL ESCOLAR
SECRETARÍA GENERAL
P R E S E N T E

Por medio de la presente me permito comunicarle a usted que la tesis titulada **"ORIENTACION EMPRENDEDORA EN LA INNOVACION DE LAS PYMES DE AGUASCALIENTES, UN ESTUDIO COMPARATIVO POR GENERO"** del estudiante **ADRIAN CARRANZA LARA** con ID **164635** egresado de la **Maestría en Administración**, respeta las normas y lineamientos establecidos institucionalmente para su elaboración y su autor cuenta con sus votos aprobatorios correspondientes.

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

Sin más por el momento, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"SE LUMEN PROFERRE"
Aguascalientes, Ags., a 07 de febrero de 2025.



M.F. VIRGINIA GUZMÁN DÍAZ DE LEÓN
DECANA DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

c.c.p. Dr. Francisco Javier Pedroza Cabrera - Dirección General De Investigación Y Posgrado
c.c.p. Interesado
c.c.p. Secretaría Técnica de la Maestría en Administración



DICTAMEN DE LIBERACIÓN ACADÉMICA PARA INICIAR LOS TRÁMITES DEL EXAMEN DE GRADO



Fecha de dictaminación dd/mm/aaaa: 07/02/2025

NOMBRE: ADRIAN CARRANZA LARA **ID** 164635

PROGRAMA: MAESTRIA EN ADMINISTRACION **LGAC (del posgrado):** COMPORTAMIENTO Y CULTURA ORGANIZACIONAL

TIPO DE TRABAJO: () Tesis () Trabajo Práctico

TITULO: "ORIENTACION EMPRENDEDORA EN LA INNOVACION DE LAS PYMES DE AGUASCALIENTES, UN ESTUDIO COMPARATIVO POR GENERO"

IMPACTO SOCIAL (señalar el impacto logrado): La investigación tiene un impacto social relevante al influir en la toma de decisiones empresariales en Pymes, promoviendo ambientes laborales igualitarios y fomentando la diversidad de género en la alta gerencia. Sus hallazgos pueden concientizar sobre las desigualdades de género y contribuir al diseño de políticas públicas que

INDICAR	SI	NO	N.A. (NO APLICA)	SEGÚN CORRESPONDA:
<i>Elementos para la revisión académica del trabajo de tesis o trabajo práctico:</i>				
SI				El trabajo es congruente con las LGAC del programa de posgrado
SI				La problemática fue abordada desde un enfoque multidisciplinario
SI				Existe coherencia, continuidad y orden lógico del tema central con cada apartado
SI				Los resultados del trabajo dan respuesta a las preguntas de investigación o a la problemática que aborda
SI				Los resultados presentados en el trabajo son de gran relevancia científica, tecnológica o profesional según el área
SI				El trabajo demuestra más de una aportación original al conocimiento de su área
SI				Las aportaciones responden a los problemas prioritarios del país
SI				Generó transferencia del conocimiento o tecnológica
SI				Cumple con la ética para la investigación (reporte de la herramienta antiplagio)
<i>El egresado cumple con lo siguiente:</i>				
SI				Cumple con lo señalado por el Reglamento General de Docencia
SI				Cumple con los requisitos señalados en el plan de estudios (créditos curriculares, optativos, actividades complementarias, estancia, predoctoral, etc)
SI				Cuenta con los votos aprobatorios del comité tutorial, en caso de los posgrados profesionales si tiene solo tutor podrá liberar solo el tutor
SI				Cuenta con la carta de satisfacción del Usuario
SI				Coincide con el título y objetivo registrado
SI				Tiene congruencia con cuerpos académicos
SI				Tiene el CVU del Conacyt actualizado
N.A.				Tiene el artículo aceptado o publicado y cumple con los requisitos institucionales (en caso que proceda)
<i>En caso de Tesis por artículos científicos publicados</i>				
N.A.				Aceptación o Publicación de los artículos según el nivel del programa
N.A.				El estudiante es el primer autor
N.A.				El autor de correspondencia es el Tutor del Núcleo Académico Básico
N.A.				En los artículos se ven reflejados los objetivos de la tesis, ya que son producto de este trabajo de investigación.
N.A.				Los artículos integran los capítulos de la tesis y se presentan en el idioma en que fueron publicados
N.A.				La aceptación o publicación de los artículos en revistas indexadas de alto impacto

Con base a estos criterios, se autoriza se continúen con los trámites de titulación y programación del examen de grado:

SI
No

FIRMAS

Elaboró:

* NOMBRE Y FIRMA DEL CONSEJERO SEGÚN LA LGAC DE ADSCRIPCION:

DR. MARCELO DE JESUS PEREZ RAMOS

NOMBRE Y FIRMA DEL SECRETARIO TÉCNICO:

DRA. BRENDA ISABEL PEREZ MENDEZ

* En caso de conflicto de intereses, firmará un revisor miembro del NAB de la LGAC correspondiente distinto al tutor o miembro del comité tutorial, asignado por el Decano

Revisó:

NOMBRE Y FIRMA DEL SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO:

DR. MIGUEL ANGEL OROPEZA TAGLE

Autorizó:

NOMBRE Y FIRMA DEL DECANO:

M.F. VIRGINIA SUZMAN DIAZ DE LEON

Nota: procede el trámite para el Depto. de Apoyo al Posgrado

En cumplimiento con el Art. 105C del Reglamento General de Docencia que a la letra señala entre las funciones del Consejo Académico: ... Cuidar la eficiencia terminal del programa de posgrado y el Art. 105F las funciones del Secretario Técnico, llevar el seguimiento de los alumnos.

Elaborado por: D. Apoyo al Posg.
Revisado por: D. Control Escolar/D. Gestión de Calidad.
Aprobado por: D. Control Escolar/ D. Apoyo al Posg.

Código: DO-SEE-FO-15
Actualización: 01
Emisión: 28/04/20

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación por los recursos otorgados que hicieron posible mi formación de posgrado, así como a la Universidad Autónoma de Aguascalientes, que me brindó la oportunidad de cursar este programa y me proporcionó las herramientas necesarias para lograr este objetivo. De igual manera, expreso mi gratitud a la Universidad del Valle en Cali, Colombia, y a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí por permitirme realizar estancias de investigación, las cuales enriquecieron mi conocimiento y experiencia profesional.

En el ámbito académico, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a la Dra. María del Carmen Martínez Serna, mi directora de tesis, por su confianza, paciencia y dedicación. Sus valiosas enseñanzas, su guía constante y su disposición para compartir su conocimiento fueron pilares fundamentales durante este proceso. Mi reconocimiento también se extiende al Dr. José Trinidad Marín Aguilar y a la Dra. Margarita Ramírez Ramírez, miembros de mi comité de tesis, quienes con sus acertados puntos de vista y enriquecedoras observaciones contribuyeron significativamente a mi formación y al desarrollo de este trabajo.

Quiero también expresar mi gratitud al equipo de trabajo de la coordinación del posgrado por su apoyo constante y su disposición para resolver dudas y facilitar mi proceso académico. Asimismo, agradezco a la Dra. Mónica García Solarte, al Dr. Juan David Peláez León y a la Dra. Adriana Eugenia Ramos Ávila, quienes me acogieron durante mis estancias de investigación y me brindaron la oportunidad de aprender de su experiencia y conocimientos, dejando una huella imborrable en mi formación.

En el ámbito personal, agradezco profundamente a mis padres, cuyo apoyo incondicional ha sido mi principal fortaleza en este camino. Finalmente, a mis personas Edder, Gaby, Diana, Mayra, Priscila, Jocelyn, Naye, Eduardo, Themis, Ximena, Sofía y Alejandra, gracias por la amistad, el amor y el ánimo constante que me brindaron a lo largo de esta etapa.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS.....	4
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT	8
1 INTRODUCCIÓN.....	9
2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
2.1 Antecedentes	12
2.2 Problemática	14
2.3 Pregunta de investigación.....	23
2.4 Objetivos	23
2.5 Justificación.....	24
2.6 Impacto científico y social	28
2.7 Población y sectores afectados por la problemática.....	30
3 MARCO TEÓRICO.....	32
3.1 Definición de género	32
3.2 Definición de orientación emprendedora	34
3.2.1 Dimensiones de la orientación emprendedora	38
3.3 Definición de capacidad de innovación.....	44
3.4 Investigaciones empíricas sobre orientación emprendedora y capacidad de innovación.....	49
3.4.1 Análisis de estudios empíricos al respecto de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación.....	59
3.5 Escalas de medición para la orientación emprendedora	77

3.6	Escalas de medición para la capacidad de innovación.....	81
3.7	Modelo conceptual	85
4	DISEÑO METODOLÓGICO	94
4.1	Tipo de investigación	94
4.2	Unidad de análisis.....	95
4.3	Descripción de unidad de análisis.....	96
4.4	Determinación de la muestra	97
4.5	Evaluación de la pertinencia y viabilidad de la investigación	99
4.6	Escalas de medida	100
4.6.1	Escala para orientación emprendedora.....	101
4.6.2	Escala para capacidad de innovación	106
4.7	Prueba piloto para la fiabilidad de las escalas de la Orientación Emprendedora y la Capacidad de Innovación.	108
4.8	Instrumento y recolección de datos	109
4.9	Resultados estadísticos de la muestra	110
4.10	Técnicas de Análisis	111
4.10.1	Análisis de varianza (ANOVA).....	112
4.10.2	Ecuaciones estructurales.....	113
5	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	125
5.1	Análisis de resultados con el análisis de varianza (ANOVA).....	125
5.2	Discusión de resultados del análisis de varianza (ANOVA).....	134
5.3	Análisis de resultados con el modelo de ecuaciones estructurales.	139
5.4	Discusión de resultados con el modelo de ecuaciones estructurales	145
6	CONCLUSIONES.....	149
6.1	Objetivo general de la investigación	149

6.2	Hallazgos y aportaciones	150
6.3	Implicaciones de la investigación	153
6.4	Limitaciones y futuras líneas de investigación	155
7	REFERENCIAS.....	159

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Definiciones de la Capacidad de Innovación.	47
Tabla 2	Aportaciones de investigaciones empíricas a la Orientación Emprendedora y Capacidad de Innovación.	50
Tabla 3	Escalas de medición de la Orientación Emprendedora con más de tres dimensiones.	79
Tabla 4	Aportes de escalas de medición para la Capacidad de Innovación.....	82
Tabla 5	Ficha técnica para la recolección de datos.	99
Tabla 6	Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Autonomía.	101
Tabla 7	Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Innovación.	102
Tabla 8	Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Toma de Riesgos.....	103
Tabla 9	Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Proactividad.....	104
Tabla 10	Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Agresividad Competitiva.....	105
Tabla 11	Cuestionario de la Capacidad de Innovación.....	106
Tabla 12	Resultados de la prueba piloto para el Alfa de Cronbach de las dimensiones de la Orientación Emprendedora.	108
Tabla 13	Resultados de la prueba piloto para el Alfa de Cronbach de la Capacidad de Innovación.	109
Tabla 14	Medidas de bondad de ajuste.	119
Tabla 15	Indicadores de validez y consistencia interna del modelo.	120
Tabla 16	Validez discriminante de acuerdo a la técnica HTMT.	123
Tabla 17	Análisis ANOVA en la dimensión de Autonomía de la Orientación Emprendedora.....	126
Tabla 18	Análisis ANOVA en la dimensión de Innovación de la Orientación Emprendedora.....	127

Tabla 19 Análisis ANOVA en la dimensión de Toma de Riesgos de la Orientación Emprendedora.....	129
Tabla 20 Análisis ANOVA en la dimensión de Proactividad de la Orientación Emprendedora.....	130
Tabla 21 Análisis ANOVA en la dimensión de Agresividad Competitiva de la Orientación Emprendedora.	131
Tabla 22 Análisis ANOVA de la Capacidad de Innovación.....	133
Tabla 23 Incidencia de la Orientación Emprendedora en la Capacidad de Innovación de forma general.	141
Tabla 24 Incidencia de la Orientación Emprendedora en la Capacidad de Innovación de acuerdo al género.	143
Tabla 25 Resultados de la prueba de hipótesis del modelo estructural.....	144

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Propuesta de modelo para la relación entre Orientación Emprendedora y Capacidad de Innovación en virtud del género del gerente de la pyme.....	86
---	----

RESUMEN

La presente investigación analiza la relación entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes de Aguascalientes, con un enfoque particular en el género de la alta gerencia. Las pymes, que representan la mayoría de las unidades económicas en México, enfrentan desafíos en la implementación de estrategias que aseguren el éxito y fomenten la innovación. Además, existen desigualdades de género en la dirección de estas empresas, lo que motiva la necesidad de estudiar cómo las diferencias de género influyen en estas variables clave. El objetivo principal de este estudio fue analizar cómo la incidencia de la orientación emprendedora en la capacidad de innovación varían según el género en las pymes.

El estudio, de enfoque cuantitativo y no experimental, utilizó un diseño transversal descriptivo y explicativo, con una muestra de 100 pymes, seleccionadas por conveniencia, compuesta por 50 dirigidas por hombres y 50 por mujeres. Se aplicaron cuestionarios de escala Likert para medir ambos constructos y se emplearon técnicas de modelado de ecuaciones estructurales y análisis de varianza para el análisis de los datos.

Los resultados mostraron que las mujeres líderes en las pymes presentan una incidencia significativa entre orientación emprendedora y capacidad de innovación, mientras que los hombres no mostraron significancia estadística en esta relación. Además, las mujeres percibieron mayor nivel de proactividad, mientras que los hombres agresividad competitiva. Estos hallazgos destacan la importancia de promover la igualdad de género en las estrategias empresariales, lo cual puede mejorar la innovación y el desarrollo organizacional en la región.

Palabras clave: Orientación emprendedora, capacidad de innovación, pymes, género.

ABSTRACT

This research examines the relationship between entrepreneurial orientation and innovation capability in SMEs in Aguascalientes, with a particular focus on the gender of top management. SMEs, which represent the majority of economic units in Mexico, face challenges in implementing strategies that ensure success and foster innovation. Additionally, gender inequalities exist in the leadership of these companies, motivating the need to explore how gender differences influence these key variables. The main objective of this study was to analyze how the impact of entrepreneurial orientation on innovation capability varies by gender in SMEs.

The study, which employed a quantitative, non-experimental approach, used a descriptive and explanatory cross-sectional design. A sample of 100 SMEs was selected through convenience sampling, comprising 50 led by men and 50 by women. Likert scale questionnaires were applied to measure both constructs, and structural equation modeling and analysis of variance techniques were used for data analysis.

The results showed that female leaders in SMEs presented a significant relationship between entrepreneurial orientation and innovation capability, while male leaders did not exhibit statistical significance in this relationship. Additionally, women perceived higher levels of proactivity, while men showed more competitive aggressiveness. These findings emphasize the importance of promoting gender equality in business strategies, which could enhance innovation and organizational development in the region.

Keywords: Entrepreneurial orientation, innovation capability, SMEs, gender.

1 INTRODUCCIÓN

A medida de que pasa el tiempo, la dirección empresarial ha experimentado transformaciones significativas, reflejo de las dinámicas que afectan tanto a las personas como a las sociedades, desde las diversas esferas que las conforman, a partir de diversos elementos económicos, sociales, culturales y políticos que están involucrados. Hoy en día, el papel de las pequeñas y medianas empresas (pymes) es clave tanto en el impulso del avance económico como en la generación de nuevos empleos, esto las transforma en participantes fundamentales en estos campos. Estas unidades económicas protagonizan un papel trascendental en el tejido empresarial, y su culminación o fallo puede tener un impacto importante en las economías de distinto orden, tanto local como nacional. No obstante, la prosperidad de las pymes en el ambiente de negocios competitivo y dinámico depende de la presencia de factores importantes como el liderazgo y de la capacidad de innovación.

Sin duda alguna, uno de los factores que ha ganado importancia en las distintas disciplinas de la ciencia y la investigación son los saberes que toman en cuenta el género como categoría que permite visibilizar diferencias entre mujeres y hombres. Las ciencias económicas y administrativas han sido partícipes de estos enfoques, a través de la consideración de estudios diferenciados entre mujeres y hombres en la alta gerencia de las pymes, así como en otros diversos campos de estudios del área. Las investigaciones previas desde los estudios del género han entablado situaciones que permiten analizar los niveles directivos así como su impacto en la formulación de decisiones y en los valores culturales de la organización, tanto en cuestiones generales como el desempeño de las empresas. Debido a esto, es fundamental comprender cómo los estudios diferenciados a través del género pueden afectar las actividades de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación en las pymes.

El propósito de este estudio radica en analizar las actividades de orientación emprendedora y de la capacidad de innovación en relación con el género de la alta gerencia en las pymes que se encuentran dentro del estado de Aguascalientes, en

México. Este estudio busca establecer el camino para encontrar hallazgos sobre la existencia o no de diferencias en la forma en que las y los líderes empresariales se involucran en la actividad de orientación emprendedora, así como en su capacidad para fomentar la innovación en sus organizaciones empresariales, basado en el estilo de hombres y mujeres.

A lo largo de este trabajo, se abordarán distintos aspectos de acuerdo con su apartado. El primer capítulo está dedicado al análisis del planteamiento del problema; espacio donde se delinearán y contextualizan los desafíos de la orientación emprendedora y de la innovación de acuerdo con la categoría género; aterrizando en la pregunta de investigación que motiva este estudio. Se explorarán las comparativas entre mujeres y hombres líderes organizacionales de las pymes de Aguascalientes y su influencia sobre las actividades mencionadas con anterioridad. Así mismo, se establece la justificación, el impacto social y científico, y las hipótesis contrastadas.

Fundamentado en el análisis de las fuentes existentes, el capítulo dos aborda la fundamentación teórica, centrado en el análisis y revisión de conceptos clave relacionados con el género, la orientación emprendedora y la innovación. Además, se examinan investigaciones empíricas previas sobre el tema y escalas de medición importantes. También se analiza un modelo conceptual que vincula los componentes de la orientación emprendedora y de la innovación en cuanto a las investigaciones empíricas. En el tercer capítulo se explora la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación; tratando la elección de la muestra, la recopilación de los datos y las técnicas de análisis de estos.

Los capítulos cuatro y cinco corresponden a los resultados y discusión; así como a las conclusiones respectivamente. En el primero de ellos se presentan los hallazgos encontrados y su discusión e implicaciones basados en las comparativas entre mujeres y hombres gerentes. En el segundo se adentra en las conclusiones clave de la investigación, así como sugerencias para futuras investigaciones. En conjunto, esta tesis de maestría busca contribuir en el entendimiento de las diferencias que

existen de acuerdo con la comparativa entre mujeres y hombres líderes de las gerencias de las pymes de Aguascalientes, en función de los componentes de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación; esperando aportar información valiosa para la ciencia.

2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este capítulo incluye las bases de la investigación del análisis de las variaciones según el género en virtud de la relación entre los constructos de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación en los pequeños y medianos negocios que se encuentran en el estado de Aguascalientes. La problemática se esboza en virtud del análisis de las diferencias en la gestión de los diversos elementos que conforman a la orientación emprendedora y de la innovación en relación con el género de las personas en puestos de gerencia. Así mismo, se plantean componentes importantes del estudio, como la pregunta de investigación, los objetivos, las hipótesis, la justificación y el impacto científico y social.

2.1 Antecedentes

Los antecedentes de esta investigación se enmarcan a raíz de las modificaciones que se han dado en las sociedades, donde las funciones de las mujeres en el contexto económico ha cobrado mayor relevancia; especialmente en la orientación emprendedora y en la innovación, donde se ha brindado una importancia creciente, considerando las investigaciones que abordan al género como un factor importante en la interacción entre estos constructos. La influencia de las mujeres en roles empresariales han sido objeto de análisis detallados (Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez, 2012; Reyes et al., 2014; Liñán et al., 2022) revelando su contribución significativa en las actividades de la orientación emprendedora, de la innovación y otros ámbitos de los sectores económicos.

Como se mencionaba, los antecedentes de este estudio se cimentan en el análisis teórico y empírico que ha explorado y estudiado la interacción de la orientación emprendedora con la innovación, tomando en cuenta además diversas variables o actividades económicas que se correlacionan con estos constructos; sin embargo, son limitados los estudios que buscan el análisis a partir de la categoría del género, a pesar de la importancia que se ha dado a este aspecto en años recientes. La literatura existente revela la complejidad de estas interrelaciones, demostrando cómo estas variables pueden afectar el desempeño y las dinámicas establecidas en las organizaciones.

Estudios previos han analizado en diferentes facetas de la orientación emprendedora su incidencia con la innovación; al igual que ésta, con otras variables relevantes para los estudios de las ciencias administrativas y económicas. Por ejemplo, existen investigaciones a nivel local y regional sobre la orientación emprendedora que ofrecen una comprensión detallada de su relación con diferentes aspectos del desempeño empresarial. La investigación realizada por García (2015) se basó en analizar la conexión de la orientación emprendedora, la orientación al mercado y su efecto en el resultado empresarial de las pequeñas y medianas empresas de Aguascalientes. Los hallazgos señalaron un vínculo favorable y significativo entre los dos constructos mencionados en las pymes; además identificando que el enfoque hacia el mercado refleja un compromiso cultural de las organizaciones con este concepto.

Por otro lado, Parga (2016) investigó el impacto de los elementos institucionales en la orientación emprendedora de las pequeñas y microempresas en la ciudad de Aguascalientes. Los hallazgos de este estudio indicaron una orientación estratégica común entre estas empresas hacia el emprendimiento. Se observó una inclinación marcada hacia acciones innovadoras, competencia abierta con otras compañías y una disposición constante a asumir riesgos en el mercado. De la misma manera, se encontró una preferencia por proyectos de alto riesgo y una actitud audaz y agresiva en la búsqueda del emprendimiento.

En el caso de Álvarez (2018), se centró en comprender las conexiones existentes en virtud de la orientación emprendedora y de nexos de cooperación empresarial que se manifiestan en el desempeño de las pymes del sector cuero-calzado en Guanajuato. Los hallazgos mostraron una incidencia positiva y significativa de la orientación emprendedora en el rendimiento de estas pymes. Finalmente, en el estudio de García (2020), se propuso examinar el impacto de la orientación emprendedora internacional en las habilidades para propiciar avances tecnológicos en productos en las empresas que exportan en Aguascalientes. Los hallazgos demuestran que a pesar de la limitada presencia de suficientes capacidades

tecnológicas para innovar en estas empresas, se observó que implementan estrategias efectivas que les permiten lograr productos innovadores.

Por otra parte, a nivel internacional se han destacado diversas investigaciones que abordan los constructos base de la presente investigación. Hurtado et al. (2007), Fuentes et al. (2009), Robb y Watson (2010), Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez (2012), Martins et al. (2012), Reyes et al. (2014), Liberda y Zajkowska (2017), Ruiz et al. (2019), Valdez Juárez et al. (2019), Ndikubwimana et al. (2020), Vega et al. (2020), Betáková et al. (2021), Tenner y Hörisch (2021), Zastempowski y Cyfert (2021), Liñán et al. (2022), Lutfi y Nupus (2023), Sánchez-García et al. (2023), y Veckalne y Tambovceva (2023) han investigado exhaustivamente las conexiones que existen de la orientación emprendedora con la innovación. Sus estudios destacan la influencia de la cultura, los estereotipos de género y la disponibilidad de fondos financieros en la capacidad de las empresas, especialmente las lideradas por mujeres, para innovar y prosperar en entornos emprendedores.

Los estudios anteriormente mencionados representan un sólido cuerpo de evidencia que constituye los cimientos de los antecedentes de la presente investigación. Sin embargo, hay pocas investigaciones detalladas con base en la perspectiva de género (por ejemplo que cuente con información desagregada diferenciando hombres y mujeres) a pesar de la importancia creciente de este aspecto, indica la necesidad e importancia de profundizar en esta área y resalta la relevancia de esta investigación para ampliar el entendimiento de las interacciones entre la orientación emprendedora, la capacidad de innovar y el género contextos empresariales contemporáneos.

2.2 Problemática

Han pasado cerca de 30 años desde que se celebró la Plataforma de Acción de Beijing, resolución en la que se estableció eliminar de manera sistemática todos los impedimentos que restringen la paridad de participación de mujeres y hombres en la totalidad de los ámbitos de la vida (ONU Mujeres, 2014). Aunque dicho antecedente ha facilitado la creación de acciones afirmativas que puedan reducir

tales brechas de inequidad en el acceso a las oportunidades disponibles entre mujeres y hombres, se pueden visibilizar obstáculos legales como culturales, sociales y económicos en el que las mujeres muestran una desventaja en relación con los hombres (Meza, 2013).

Desde la esfera del ámbito económico, es posible identificar que el ámbito empresarial se constituye como un elemento importante y estratégico que promueve la igualdad de género, además de ser un factor significativo en el fortalecimiento de la capacidad de decisión y la facultad de autodeterminación de las mujeres. Tanto en el orden mundial como en México, la igualdad entre personas se ha consolidado como un componente determinante para el liderazgo de las empresas y de la competitividad; las organizaciones que promueven una mayor igualdad entre géneros experimentan un crecimiento más acelerado y obtienen mejores resultados (ONU Mujeres, 2020). Por lo tanto, las mujeres aportan de forma importante a las economías de los países, desde diversos campos de trabajo, en empresas, desde el emprendimiento, en el campo, en labores de cuidado; sin embargo, son las mujeres quienes sufren de forma desmedida los efectos de las carencias económicas, la marginación y el abuso (ONU Mujeres, 2020).

De esta forma, las inequidades que se dan entre mujeres y hombres se hace más visible, a pesar de tener habilidades y experiencias equivalentes a las de los hombres, muchas mujeres se enfrentan a disparidades salariales y se encuentran en una posición desfavorecida en términos de ingresos y progresión profesional en el sector formal. En los entornos laborales, persiste la inequidad de género durante el proceso de contratación y promoción, así como la discriminación. En gran medida, el progreso profesional sigue siendo una tarea difícil para las mujeres debido a la falta de estructuras y medidas que consideren las responsabilidades vinculadas a la maternidad y la familia (ONU Mujeres, 2014).

Así mismo, de acuerdo con el contexto de México, la intervención económica de las mujeres mexicanas es menor en comparación con los hombres; de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) únicamente el 43.6% del total

de las mujeres que superan los quince años participa económicamente, mientras que el 75.8% del total de los hombres participa económicamente (2023a). De acuerdo con lo anterior, la disparidad de ingresos entre mujeres y hombres resulta del 18% (OECD, 2022). Así mismo, en México, las mujeres representan solo el 7.5% de los miembros en los órganos de dirección, y únicamente el 14.6% de las organizaciones cuentan con una mujer en el cargo directivo más elevado (World Economic Forum, 2020).

Según la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH) elaborada y aplicada por INEGI, las inequidades entre mujeres y hombres se traducen por igual desde el ámbito laboral; de esta manera en México el 18.1% de las mujeres ha sufrido discriminación en su trabajo a lo largo de su vida laboral (INEGI, 2021). Esta discriminación se visibiliza por medio de diversas situaciones, entre ellas una menor oportunidad para ascender dentro del lugar de trabajo, así como en la limitación en el desarrollo profesional en comparación con los hombres. De esta manera, la prevalencia de la desigualdad laboral se presenta en el 31.2% de las mujeres a lo largo de su vida en el estado de Aguascalientes, cifra por encima de la media nacional, que corresponde al 27.9% (INEGI, 2021).

Desde esta perspectiva, es importante visibilizar las desigualdades que existen a partir de la dimensión económica, aterrizado en las unidades más cercanas a las personas y dónde principalmente se desarrollan económicamente, es decir, mediante las pymes. Éstas, son ampliamente reconocidas en la literatura como un sector de gran relevancia, debido a que contribuyen a la expansión económica tanto en economías avanzadas como en aquellas en desarrollo (Martínez et al., 2011). La operación de las pymes adquiere importancia por diversos motivos, uno de los cuales es la significativa proporción que constituyen dentro del contexto económico (Vega et al., 2020).

A nivel global, las pymes favorecen significativamente a la generación de empleo, participan en una proporción sustancial de la producción y el comercio, y son reconocidas como elementos fundamentales para alcanzar niveles óptimos de

competitividad. Sin embargo, es importante destacar que aún existe un margen de mejora en el fortalecimiento de sus habilidades internas y en la optimización de la eficiencia de sus procesos (Pinto, 2007), no obstante, estos espacios laborales y de producción enfrentan restricciones significativas en términos de sus recursos económicos, financieros, de capital humano y de capacidades tecnológicas (Hadjimanolis, 1999).

En México, se muestra que 99.8% de los negocios son micro, pequeñas o medianas empresas (INEGI, 2023a). Debido a sus atributos distintivos, estas entidades económicas tienden a experimentar transformaciones más pronunciadas en comparación con las corporaciones de mayor tamaño, abarcando aspectos como ingresos, fuerza laboral, ubicación geográfica y la dinámica de apertura y cierre, entre otros factores (INEGI, 2023a). Los censos revelaron que en México existían 4.9 millones de negocios pertenecientes al sector privado y paraestatal; esta conglomeración de establecimientos fue responsable de proporcionar empleo a una cifra aproximada de 27 millones de personas (INEGI, 2023a).

El INEGI (2023b), a través del Estudio sobre Demografía de los Negocios (EDN), indica que en 2020 se establecieron 619,443 negocios y cesaron de manera definitiva 1,010,857; en contraste con el EDN 2021, que identificó el nacimiento de 1,187,170 y el cierre 1,583,930. Estos datos reflejan un aumento del 12% en el número de creaciones y un incremento igualmente del 12% en el número de cierres. Para el estado de Aguascalientes, de acuerdo con la proporción de nacimientos de establecimientos, se encuentra en la posición número cuatro a nivel nacional, con un 33.35%; de la misma manera, de acuerdo con los cierres, el estado tiene la misma posición a nivel nacional, con un 39.39% de muertes de establecimientos (INEGI, 2023b).

De esta manera, sin dejar de lado el análisis comparativo de mujeres y hombres; se encuentra que en función de las pymes, las organizaciones bajo liderazgo de mujeres están fuertemente vinculadas al Producto Interno Bruto (PIB), ya que la inclusión de mujeres en las operaciones productivas y empresariales de una nación

puede impulsar el desarrollo económico, así como la creatividad e innovación en las organizaciones, además de reducir las carencias de las personas (Bullough, 2008). Las disparidades se hacen presentes en las actividades empresariales, donde predominan principalmente hombres, lo que se traduce con un mínimo involucramiento de las mujeres, en el limitado progreso de las compañías gestionadas por mujeres (Espino, 2005).

Este fenómeno se hace presente al considerar el género como un conjunto de atributos o rasgos de la personalidad, inclinaciones, opciones, roles y principios que una persona adopta al asumirse como hombre o mujer, es decir, la identificación de acuerdo con el sexo (Serret y Méndez, 2011). Es viable entonces, visibiliza el sexo como un conjunto de características naturales que funcionan como categorías de clasificación sociocultural, mientras que el concepto género se orienta a elementos simbólicos, culturales y subjetivos de la construcción de lo que se designa como femenino y masculino (Meza, 2013). Es así, que el análisis a partir de las pymes, diferenciando la investigación por la categoría sexo, brinda las bases por medio de las cuales la información permite abordar demandas específicas que tienen mujeres y hombres al respecto de la intención de emprender (Camarena, 2019).

Espino (2005), señala que las desigualdades de poder entre los géneros continúan siendo un rasgo duradero a lo largo del tiempo y en la mayoría de las sociedades actuales, a nivel personal como social; por lo que se pueden analizar estas diferencias en cualquier ámbito y esfera de la sociedad. Desde esta perspectiva y tomando en cuenta la visión del desarrollo económico, se plantea la investigación a partir de la importancia de obtener información desagregada, en la que se permitan ver las diferencias de acuerdo con el género de las personas en función de las actividades de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovar.

Para Ndikubwimana et al. (2020) la actividad emprendedora es reconocida por su aporte al desarrollo económico tanto a escala regional como mundial. Para que el emprendimiento desempeñe su función económica de manera efectiva, los emprendedores se guían por diversos elementos y logran resultados variados en

sus empresas. Esto, apertura que las investigaciones indaguen los elementos de la orientación emprendedora, así como de la capacidad de innovación de manera comparativa, obteniendo así información tanto de hombres como mujeres por separado, en virtud del desarrollo económico que ofrece la iniciativa empresarial. De esta forma, se visibiliza que emprendedoras y emprendedores son reconocidos como contribuyentes importantes al desarrollo de la economía a nivel local y global en gran parte de las naciones, como resultado de la formación de empleo (Fischer et al., 1993; Allen et al., 2007).

Sin embargo, desde las investigaciones se ha identificado que la cantidad de oportunidades empresariales y de negocios para hombres es mayor que la disponible para mujeres, por lo que el mercado continúa posicionando a las mujeres en un lugar desfavorable en relación con los hombres en el ámbito empresarial (Alsos y Ljunggren, 1998; Anna et al., 2000). Con regularidad, se desencadena en la aparición de discriminación a las mujeres dentro del entorno empresarial (Brush et al., 2002; Bigelow et al., 2014), debido a que las comunidades y las tradiciones son percibidas como entes que discriminan a las mujeres, generando así dificultades extras para el inicio de un emprendimiento (Hirschi y Fischer, 2013; Marlow y Swail, 2014).

A pesar de las barreras, se reconoce cada vez más en la literatura que las mujeres poseen habilidades emprendedoras y de innovación. La orientación emprendedora, descrita por Covin y Slevin (1991) como la disposición de las empresas para asumir riesgos, buscar oportunidades y promover la innovación, se considera un elemento importante en el rendimiento empresarial. Según Miller y Friesen (1982), se compone de tres dimensiones: innovación, la toma de riesgos y la proactividad. Las organizaciones pueden mostrar una alta orientación emprendedora en una o dos de estas dimensiones, pero para considerarse totalmente emprendedora, debe abordar las tres simultáneamente (Miller y Friesen, 1982; Tang et al., 2007).

La orientación emprendedora puede comprender dimensiones adicionales, como autonomía y agresividad competitiva (Rauch et al., 2009). Algunos argumentan que

la autonomía ya está incluida en la dimensión de toma de riesgos, ya que es difícil asumir riesgos sin cierto grado de autonomía inherente (Basso et al., 2009). La agresividad competitiva en la orientación emprendedora es el elemento añadido por Lumpkin y Dess (1996), en donde se manejan los recursos internos de manera estratégica en relación con los oponentes (Setiawan et al., 2015); pero se argumenta que tiene similitudes con la proactividad, ya que ambos implican un enfoque en superar a los competidores (Basso et al., 2009; Betáková et al., 2021).

Así mismo, desde la esfera de las pymes, y en concordancia con las diversas aristas que posee la orientación emprendedora, la academia y los investigadores indican que aquellas pequeñas y medianas empresas que buscan potenciar su desarrollo deben diseñar planes estratégicos que contemplen la ampliación de sus iniciativas o actividades de innovación (García-Pérez et al., 2016). Se hace referencia que la capacidad de innovación de una empresa es cuando se pueden originar ideas nuevas, explorar enfoques creativos y donde se pueden elaborar bienes, servicios o herramientas tecnológicas novedosas (Lumpkin y Dess, 1996).

En este sentido, la capacidad de innovación se analiza desde una perspectiva independiente a las características de la orientación emprendedora, dando un énfasis particular a esta actividad, debido a su importancia para las pymes. Uno de estos aspectos a analizar, es debido a que las empresas mencionadas anteriormente presentan un escaso grado de innovación, debido a la falta de una orientación estratégica coherente (Vega et al., 2020), por lo que desde su análisis, Vega et al. (2020) identifican que las organizaciones tienden a ser proactivas y asumen riesgos, aunque su innovación ocurre únicamente cuando es imprescindible. Por su parte, para Pinzón et al. (2015) las pymes tienen mayores posibilidades de innovar que las empresas grandes, debido a que las pymes reducen la burocracia; la competitividad es más estrecha con otras pequeñas empresas; y porque éstas ofrecen más incentivos a sus trabajadores y empleados, lo que favorece la retención de empleados.

La intersección de los elementos que conforman la orientación emprendedora así como la capacidad de innovación se identifica como un análisis promisorio para abordar los desafíos constantes que existen desde el emprendimiento, además de abrir nuevos horizontes acerca de la implicación de las mujeres en el ámbito empresarial. Investigar la orientación emprendedora se ha tratado como un asunto que se ha analizado desde diversas vertientes debido a su influencia con el desarrollo económico, en especial de las pymes (García, 2015; Parga, 2016; Álvarez, 2018; García, 2020; Vega et al., 2020). Las investigaciones han examinado cómo las empresas orientadas al emprendimiento se relacionan con la propensión al riesgo, a la búsqueda de oportunidades y a la innovación; así como el análisis desde la autonomía y la agresividad (Vega et al., 2020; Sánchez-García 2023; Lutfi y Nopus, 2023); sin embargo, poco se ha estudiado desde la dimensión del género.

Connell y Messerschmidt (2013) precisan que el estudio relacionado al género y la adopción de un enfoque metodológico como la perspectiva de género dentro de las organizaciones representa una oportunidad con el fin de identificar las desigualdades generadas por un sistema patriarcal fundamentado en una distribución sexual del trabajo, en la que comúnmente se asocia a los hombres a un rol de proveedor, desde los ámbitos de lo público y del emprendimiento; mientras que las mujeres se les asigna desde la esfera de lo privado, a partir de la dependencia, desde un rol reproductivo, donde una de sus principales tareas es el cuidado y el bienestar de los demás antes que el suyo. Ante esta división, se recae en los estereotipos de género, que, posteriormente, se verán reflejados en las brechas de desigualdad en la que las mujeres se sitúan en un contexto de inequidad (Vázquez y Urbiola, 2014).

Existen investigaciones científicas que analizan los elementos que conforman la orientación emprendedora y su influencia en la innovación. Por su parte Vega et al. (2020) examina la orientación emprendedora relacionada con la innovación en empresas de tamaño pequeño y mediano de México, considerando la proactividad, habilidades de innovación y la toma de riesgos en el desarrollo de la innovación de dichas empresas. Desde el estudio empírico cuantitativo Vega et al., (2020)

encontró que la toma de riesgos y la proactividad inciden de manera significativa; sin embargo, la capacidad de innovación tiene un efecto positivo, pero sin ser significativo. En resumen, se puede deducir que lo anterior implica conductas organizacionales que demuestran una inclinación a enfrentar mayores contingencias en el mercado y una habilidad mejorada de ajustarse a las tendencias y los cambios del entorno.

De la misma manera, se han estudiado las actividades de pequeñas organizaciones lideradas tanto por hombres como por mujeres, en función de la orientación emprendedora, con el fin de analizar los elementos de autonomía, innovación, toma de riesgos, proactividad y agresividad competitiva de acuerdo al género de los empresarios (Ndikubwimana et al., 2020; Betáková et al., 2021). Así mismo, se han trabajado aspectos que abordan características que configuran la orientación emprendedora a través del análisis de actividades emprendedoras (Duflo, 2012; Maniyalath y Narendran, 2016).

Por otra parte, existen investigaciones que abordan aspectos que enriquecen el estudio de la orientación emprendedora, a través del estudio comparativo por género (Díaz et al., 2010; Kwong et al., 2012; Piacentini, 2013; Robb y Watson, 2010; Zhang et al., 2009), así como de la adhesión de variables como los estereotipos y cuestiones género (Mathews y Moser, 1995; Kolvereid, 1996; Delmar y Davidsson, 2000; Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez, 2012; Perez-Quinata et al., 2017; Tenner y Hörisch, 2021), que además toman en cuenta el contexto de cómo ciertas actividades económicas, que presentan similitudes y características con los elementos de la orientación emprendedora, se vinculan con quienes participan en las estrategias que promueven el mejoramiento de las empresas (Welter, 2011).

De esta manera “la literatura existente está lejos de haber explicado completamente los mecanismos a través de los cuales una cultura favorable al emprendimiento puede alentar o desalentar a las mujeres a seguir el camino emprendedor” (Liñán et al., 2022, p. 1066). De esta forma, al analizar de acuerdo con el género, el estudio se convierte más enriquecedor; teniendo en cuenta que la orientación

empresaria se identifica, por un lado, por los procesos, procedimientos y acciones relacionadas con el proceso de toma de decisiones, y, por otro lado, las características de la personalidad (Reyes et al., 2014). A partir de la apertura al estudio de los procesos y de los rasgos entre géneros es posible estudiar las diferencias de mujeres y hombres en relación con la orientación empresaria y la capacidad de innovación.

2.3 Pregunta de investigación

En concordancia con lo expuesto en el apartado anterior, de acuerdo con el análisis de las pequeñas y medianas empresas de Aguascalientes, la interrogante principal de la investigación es:

¿Cuál es la relación entre la orientación empresaria y la capacidad de innovación en las pymes de Aguascalientes, teniendo en cuenta el género de la alta gerencia?

2.4 Objetivos

En virtud del seguimiento a la problemática expuesta, se describe a continuación el objetivo general:

- Analizar la relación de la orientación empresaria y la capacidad de innovación en cuanto al género de la alta gerencia en las pymes de Aguascalientes.

Así mismo, se enlistan los objetivos específicos:

- Analizar los niveles de orientación empresaria y capacidad de innovación en función del género de la alta gerencia en las pymes de Aguascalientes.

- Analizar la relación entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación de las pymes de Aguascalientes e identificar si existen diferencias significativas en función al género.

2.5 Justificación

Tal y como se señaló previamente, las pymes forman parte del crecimiento y evolución de los sistemas económicos de la mayoría de las naciones. La importancia económica y social de estas empresas en diversos países se deriva principalmente por su capacidad de generar un valor económico sustancial, el cual se refleja en recursos que contribuyen al Producto Interno Bruto (PIB), a la generación de nuevas oportunidades laborales, al desarrollo y creación de productos y servicios, así como en actividades de exportación, de la recaudación de impuestos de la introducción de la innovación (Friar y Meyer, 2003; Acs y Armington, 2004).

A menudo, las pymes muestran una operatividad más eficiente en comparación con las grandes empresas o corporativos, no obstante, de acuerdo con las investigaciones de Enright y Roberts (2001), así como las de Watson y Everett (1999) presentan una mayor vulnerabilidad en su funcionamiento. Es importante y fundamental reconocer que esta eficiencia va acompañada de diversos desafíos y barreras, debido a que las pymes enfrentan limitaciones de recursos humanos, financieros y económicos, lo que sin duda presupone restricciones en el desarrollo adecuado de sus proyectos, como lo menciona López et al. (2015). Estas limitaciones en cuanto a su operación abren una posibilidad al estudio y análisis de las pymes como unidades que proporcionan aprendizaje y a su vez desarrollo económico en el país.

Para el caso del estado de Aguascalientes, es imprescindible que se estudie el porqué de las intenciones de emprender nuevos negocios, en especial de las pymes. Desde esta perspectiva, es importante señalar que la orientación emprendedora y la capacidad de innovación son actividades esenciales con el fin de asegurar el éxito y la permanencia de las organizaciones, en un entorno de alta

competitividad y que se encuentra por igual en constante evolución. Mediante los aportes de Covin y Slevin (1991) se analiza que las organizaciones con una mentalidad emprendedora tienen una mayor inclinación a identificar oportunidades, a adaptarse a los cambios, así como en asumir riesgos calculados, sin dejar de lado la noción de autodeterminación y la competencia (Lumpkin y Dess, 1996); mientras que la innovación es crucial para sobresalir en el mercado y fortalecer la eficiencia operativa (Maldonado et al., 2009).

La investigación es fundamental para identificar las brechas de género que existen en las actividades de orientación emprendedora y de la capacidad de innovación en la alta gerencia de las pymes de Aguascalientes. Los estudios de diversas investigaciones científicas han permitido visibilizar estas brechas de desigualdad en otras partes del mundo. Esta investigación, entonces, ayuda a aclarar la comprensión del género como un elemento que impacta en la actividad emprendedora; teniendo en cuenta que la percepción general es que la sociedad y la cultura presentan un sesgo que discrimina a las mujeres, lo que crea obstáculos adicionales para que ellas puedan iniciar sus propios emprendimientos, y posteriormente la capacidad de innovación (Hirschi y Fischer, 2013; Marlow y Swail, 2014).

Aunado a lo anterior, visibiliza que la influencia de la cultura según la percepción social incide en la implicación de las mujeres en actividades emprendedoras, ya que la manera en que cada persona percibe la cultura personalmente afecta las aspiraciones y la conducta emprendedora, dicha cultura beneficia a los hombres en comparación con las mujeres (Liñán et al., 2022). La poca investigación que se enfoque en las investigaciones empresariales con un marco de análisis de género ha originado que se asuma históricamente que la fundación de empresas y negocios sea percibida como una ocupación predominantemente de hombres (Brush, 1992; Berg, 1997), esta perspectiva ha dado como resultado una relativa negligencia por parte de la academia en cuanto al análisis de las mujeres empresarias, al considerar su rol de emprendedoras como una cuestión o problemática secundaria (Díaz et al., 2010).

Estas disparidades se presentan en diversos ámbitos de la investigación. Por lo que es necesario entender el fenómeno emprendedor de manera completa. El análisis de la actividad emprendedora y de innovación en cuanto a las mujeres ha presentado en su mayoría una neutralidad de género; lo que se ha visto reflejado en los estudios que se enfocan predominantemente en las vivencias de los hombres, debido a que el ámbito empresarial y de los negocios era principalmente un dominio de influencia masculina (Rodríguez et al., 2016). De acuerdo con esta contextualización, es visible que el género no constituye un tópico relevante dentro de las investigaciones que giran en torno a los espacios considerados de hombres; por lo que es necesario romper con el esquema e introducir el abordaje de la perspectiva de género en el análisis de las ciencias económico administrativas.

Bajo esta premisa, es crucial enfocarse en las brechas de desigualdad que se generan en la alta gerencia de las pymes, en especial en el impacto de estos puestos de liderazgo en los elementos que conforman a la orientación emprendedora y en la capacidad de innovación. Resulta fundamental entender, a partir de la investigación y la ciencia, cómo hombres y mujeres en puestos directivos difieren en su enfoque hacia la toma de decisiones en las dimensiones de proactividad, propensión al riesgo, autonomía y agresividad competitiva, así como su habilidad para contribuir en la innovación de sus organizaciones.

Adicionalmente, es importante puntualizar en el desafío que emana debido a la falta de visibilidad, creación y divulgación de estadística en las investigaciones relacionadas con las desigualdades de género. Esto se explica en la existencia de investigaciones científicas del área empresarial que carecen de información que tome en cuenta al género como una variable importante para su análisis. Por tal motivo, la presente investigación pretende disponer de información precisa y diferenciada para poder llevar a cabo análisis posteriores que permitan identificar similitudes o discrepancias en el hacer de mujeres y hombres, en relación con variables vinculadas al empleo, al emprendimiento y a la innovación.

Esta investigación entonces busca llenar vacíos en la literatura académica particularmente en el contexto de México, y específicamente en estudios regionales o locales desde el ámbito empresarial al analizar de manera puntual y precisa las diferencias de género en las actividades que se han mencionado con anterioridad. De esta manera se pueden encontrar hallazgos que definitivamente pueden tener implicaciones prácticas y estratégicas para la resolución de problemas empresariales del estado y del país. Así mismo, los resultados pueden contribuir al debate continuo en torno a la paridad de género dentro del sector empresarial, lo que permite, sin duda alguna, a la visibilización de problemas estructurales que existen en las sociedades, como lo son las expresiones de violencia económica en el ámbito del trabajo hacia las mujeres.

De esta manera, la presente investigación se alinea a diversos mecanismos que promueven el desarrollo de la población. El análisis, desde el enfoque de estudio del género, es necesario e importante debido a que el desarrollo económico y el ámbito empresarial es un área en el que incide la discriminación y violencia. De acuerdo con los Programas Nacionales Estratégicos que se trabajan desde el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (CONAHCYT) existe el eje sobre Seguridad Humana. La alineación de este proyecto tiene la armonización y encuadre ante el eje de seguridad humana. Este busca establecer nuevos modelos de aproximación a las problemáticas de violencias estructurales, por lo que enfoca sus acciones a proyectos de investigación y de incidencia que busquen soluciones efectivas a la violencia (CONAHCYT, 2023). Dentro de este marco de acción por parte del consejo, es totalmente viable el trabajo que se busca realizar dentro de esta propuesta de investigación.

Así mismo, el Programa Nacional Estratégico de Seguridad expone que es necesaria una respuesta integral, exhaustiva y extensa, ya que la violencia presenta múltiples facetas y significados, además de relacionarse con diversas modalidades de precarización de la vida, así como con prácticas corruptas y la falta de efectividad de las instituciones (CONAHCYT, 2023); estas formas de violencia se traducen en las desigualdades y en las disparidades de género en el campo empresarial. En

suma, es importante y trascendental que se trabajen nuevos modelos que permitan visibilizar, analizar y determinar la problemática de las desigualdades dentro de las organizaciones, esto con un enfoque de género, lo que permitirá enriquecer el abordaje de la problemática, y con ello ofrecer nuevo conocimiento para su estudio y para dar recursos que permitan solucionar el problema en cuestión.

Finalmente, el presente proyecto de investigación podrá dar beneficios inmediatos, intermedios y a largo plazo dirigidos a las empresas como para la sociedad en general. Los hallazgos pueden ser el factor que fomente la creación, desarrollo y puesta en práctica de políticas públicas en Aguascalientes y en el país que busquen la reducción de brechas de desigualdad, mediante el fomento económico del emprendimiento en mujeres. El comprender las diferencias de género ayudará a las empresas e implementar estrategias más inclusivas y efectivas, reduciendo así violencias estructurales que se perpetúan en las brechas de desigualdad; fomentará por igual entornos empresariales más equitativos e iguales, lo que enriquecerá de manera favorable la pluralidad de opiniones en relación con el emprendimiento y a la búsqueda de la innovación con una perspectiva de género.

2.6 Impacto científico y social

El impacto científico y social es importante para visibilizar la relevancia y las implicaciones prácticas de la investigación. Como se ha mencionado anteriormente, la presente investigación llena un vacío en la literatura existente al abordar las diferencias de género, en especial bajo el contexto y la perspectiva de las pymes en Aguascalientes. La investigación pretende así ampliar los hallazgos previos que se tienen al respecto de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación, sin embargo, a través del enfoque de la categoría género, para lograr resultados diferenciados entre ambos géneros. Estos hallazgos pueden enriquecer y llenar el vacío existente del abordaje de los temas desde la perspectiva local y nacional de Aguascalientes y México respectivamente; lo que permite ampliar el cuerpo de saberes en el campo de las ciencias económicas y administrativas, al igual que en el campo de los estudios de género.

De la misma manera, es preciso entender que la investigación permite enriquecer y abonar al desarrollo de marcos conceptuales y modelos teóricos existentes, tanto del área empresarial como de las ciencias sociales, a partir del entendimiento de las desigualdades de género de la alta gerencia de las pequeñas y medianas empresas y su influencia en la orientación emprendedora y en la capacidad de innovación. La comprensión de los modelos teóricos que abordan las dimensiones como lo es la proactividad, la toma de riesgos, la innovación, la autonomía y la agresividad competitiva; permitirán conocer una nueva parte de la realidad, donde mujeres y hombres inician con la intención de emprender, esto desde un contexto local dentro del país.

Por consiguiente, es importante mencionar que la investigación también pretende enriquecer el debate y la literatura existente por medio del análisis de teorías existentes que estudian a la orientación emprendedora y la capacidad de innovación. Esto puede demostrar que los hallazgos tienen un impacto en la discusión y en la evolución de las teorías y en los enfoques que se trabajan en la actualidad, como lo es la perspectiva de género. De esta manera, el análisis de las variables bajo un enfoque de género puede ser útil para la apertura de nuevas investigaciones y estudios prácticos en el área empresarial, lo que permitirá, la resolución de problemas específicos y de aportes de conocimiento desde otra visión enriquecedora.

Por otro lado, es valioso mostrar el impacto desde la perspectiva social. La investigación puede tener implicaciones en el proceso para determinar decisiones empresariales. Los hallazgos pueden incidir en las decisiones de quienes lideran las pymes en Aguascalientes y en las regiones aledañas. Si se parte del estudio donde se pueden valorar las diferencias de género dentro los ámbitos corporativos, en especial de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación, se puede realizar la exploración dentro de las organizaciones en las que se logre identificar áreas de oportunidad, con la finalidad de ajustar, o diseñar estrategias de liderazgo y de gestión para fomentar ambientes igualitarios entre mujeres y hombres, y con ello, abonar al desarrollo económico del estado.

Desde otra arista, se pueden obtener beneficios que impacten directamente a las personas. La investigación puede contribuir al fomento de la pluralidad de género en los cargos de dirección superior, lo que puede desencadenar en la creación de entornos favorables en cuestión de inclusión desde el ámbito laboral. Así mismo, los hallazgos pueden permitir que se genere una concientización de las desigualdades que existen en la sociedad, en especial dentro de las empresas; esto puede contribuir en el desarrollo de estrategias orientadas en acciones afirmativas a nivel organizacional que puedan favorecer a la reducción de desigualdades estructurales que existen entre mujeres y hombres.

Por último, es crucial que el impacto a partir de los hallazgos de la investigación pueda orientarse en el apoyo para visibilizar el problema de las inequidades propiciadas por el género dentro del contexto de la agenda de los problemas públicos. A partir de esto puede contribuir en la elaboración, aplicación y valoración de políticas gubernamentales locales o nacionales que ayuden a conciliar un equilibrio entre mujeres y hombres en cuestión de la orientación emprendedora y de la innovación, para ofrecer mecanismos de acción en favor de la reducción de desigualdades. La estructuración y aplicación de estas medidas gubernamentales pueden promover el avance económico del estado, así como a la promoción de la competitividad empresarial de la región. Es así como, mediante el trabajo colaborativo entre diversos actores sociales como empresarios, líderes, legisladores, entre otros, y con base en los descubrimientos de esta investigación se pueden contribuir a diversos sectores de la sociedad.

2.7 Población y sectores afectados por la problemática

La problemática expuesta anteriormente revela una realidad compleja que afecta a múltiples sectores y poblaciones en el estado de Aguascalientes. Las brechas que se generan por la desigualdad de acuerdo al género en el ámbito económico se presentan como parte de los escenarios más visibles, donde las mujeres se sitúan en una posición de desventaja en lo que respecta a los hombres en términos de participación laboral, acceso a oportunidades y progresión profesional. Esta disparidad se hace notar en los datos proporcionados por el INEGI (2023a), que

muestran una participación económica menor de mujeres en comparación con los hombres; además de evidenciar una brecha salarial del 18%, esto refleja la desigualdad de ingresos y las oportunidades de desarrollo entre géneros.

Las empresas de tamaño pequeño y mediano son un componente crucial del panorama económico, contribuyendo significativamente al empleo, la producción y el comercio. Sin embargo, persisten limitaciones en términos de recursos y capacidades para estas entidades (INEGI, 2023b). A pesar de su contribución potencial al crecimiento económico y su capacidad para alentar la creatividad y la innovación dentro de las empresas, las mujeres se encuentran infrarrepresentadas en este ámbito. Esta desigualdad en las oportunidades empresariales resulta en un crecimiento reducido de empresas lideradas por mujeres (Espino 2005), lo que refleja un claro impacto en el avance económico de las poblaciones. La falta de igualdad en las oportunidades empresariales impacta la participación de mujeres en iniciativas emprendedoras y la innovación en este ámbito (Bullough, 2008; Ndikubwimana et al., 2020).

El análisis de la orientación emprendedora y la capacidad para innovar revela una dimensión crítica: las mujeres enfrentan desafíos adicionales en el ámbito empresarial debido a estereotipos y discriminación, a pesar de poseer habilidades y capacidades emprendedoras e innovadoras. Esta realidad se refleja en la inclusión desigual y la valoración escasa del rol de las mujeres en el sector empresarial y en la innovación. Estas inequidades impactan directamente en la evolución socioeconómica de las poblaciones, limitando el potencial de crecimiento y prosperidad para un sector significativo de la población. La investigación se enmarca en esta compleja realidad, buscando comprender y abordar las brechas de género en la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes de Aguascalientes, con el objetivo de promover un entorno más equitativo y propicio para el desarrollo empresarial.

3 MARCO TEÓRICO

En virtud del sustento teórico y conceptual que enmarca a esta investigación, es fundamental que se establezcan las bases que dan origen al propósito del objetivo del presente estudio. De esta manera, se necesita conocer, identificar y analizar lo correspondiente a la categoría género y la vinculación que presenta con la orientación emprendedora y la capacidad de innovación, a partir del sustento teórico y científico en el que se instauran. Por tal motivo, este capítulo se presenta en cuatro apartados esenciales para el análisis teórico y conceptual. En el primero, se hace una inspección teórica correspondiente a los constructos de estudio relacionados con el género de acuerdo con los propietarios o gerentes de las pymes. Después, se analizan las investigaciones empíricas previas que arrojan hallazgos sobre estas áreas, demostrando una comprensión más profunda de las dinámicas entre mujeres y hombres en el contexto empresarial.

Así mismo, se exploran las escalas de medición disponibles para mediar la orientación emprendedora e innovación en las pymes. Por último, se presentan modelos conceptuales que funcionan como guía para analizar las interacciones entre las variables a estudiar. Este marco teórico nos brinda el eje rector para el análisis de las diferencias en los gerentes de las pymes, dando fundamento firme para entender el entorno empresarial.

3.1 Definición de género

A partir entonces, del abordaje del enfoque que se guía desde el género, y para entender las particularidades posteriores al respecto de los estereotipos que dan lugar a inequidades entre mujeres y hombres, es preciso aclarar las variaciones entre los conceptos de sexo y género, en virtud de conocer el concepto con el que se trabajará en la investigación. El Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), establece que la categoría sexo se define como una diversidad de características biológicas, tanto anatómicas como fisiológicas, que distinguen a los individuos como pertenecientes al género masculino o femenino. Estas diferencias abarcan la

variedad de órganos genitales tanto externos como internos, las particularidades endocrinas que las respaldan y las discrepancias en lo referente a la función reproductiva. Estas características son innatas desde el nacimiento (INMUJERES, 2007).

De la misma manera, existe la conceptualización del género, que se diferencia del sexo, en cuestión de que el género actúa, se desarrolla y se manifiesta en consonancia al marco social, cultural, político y económico de determinado lugar, así como de una fija temporalidad. INMUJERES (2007) establece también que el término género engloba una serie de nociones, convicciones y características sociales que varían según la cultura y la época histórica, basadas en la diferencia sexual. A partir de esta diferencia se forjan las ideas de "masculinidad" y "feminidad", moldeando así el comportamiento, las responsabilidades, las oportunidades, la percepción y las interacciones entre individuos de distintos géneros. Estos conceptos son construcciones culturales y sociales que tienen la capacidad de transformarse, dado que se adquieren a lo largo del aprendizaje.

De acuerdo con lo anterior, es posible visibilizar que el sexo se refiere a la diversidad de los elementos naturales relacionados con las glándulas sexuales, las hormonas, los músculos, los huesos y los órganos genitales; estos elementos actúan como clasificadores socioculturales. De esta manera, el género alude a los aspectos simbólicos y de carácter cultural asociados hacia la identificación y expresión de comportamientos, deseos y nombres que son considerados como femeninos o masculinos. El género no está determinado por factores biológicos, sino que es un constructo social y cultural, y por lo tanto, es arbitrario en su naturaleza (Meza, 2013; Martínez, 2021; Casas y Chávez, 2022).

En resumen, en cuanto a las distinciones conceptuales entre sexo y género, se visibiliza que existen diferencias biológicas entre mujeres y hombres. No obstante, el significado simbólico, político y ético que se les atribuye es una construcción cultural. Según Meza (2013), estas diferencias determinarán el vivir de hombres y mujeres, debido a que las discrepancias físicas y biológicas entre mujeres y

hombres en la especie humana son interpretadas y actúan como base cognitiva, descriptiva y auto perceptiva para la construcción de las ideas y percepciones de lo que es femenino y masculino. Estas diferencias dan lugar a la atribución de identidades, roles, restricciones y responsabilidades que son socialmente aceptadas y compartidas.

En función entonces, del alcance del concepto género, para esta investigación, con fines prácticos de entendimiento, se utiliza el concepto de género como aquel que diferencia entre hombres y mujeres no solamente en aspectos biológicos, sino que lleva consigo también la carga del constructo cultural, político, económico y social que se ha explicado anteriormente. Esto teniendo en cuenta que el ser hombre y mujer conlleva una serie de atributos masculinos y femeninos que asignan un rol que engloba comportamientos, prohibiciones, oportunidades y obligaciones basadas en una construcción social y cultural (INMUJERES, 2007; Meza, 2013; Martínez, 2021; Casas y Chávez, 2022)

3.2 Definición de orientación emprendedora

La orientación emprendedora representa un concepto esencial en el campo de la gestión y del emprendimiento en el área de las ciencias administrativas. Desde este enfoque estratégico, ha emergido como uno de los asuntos de estudio de la investigación y de la práctica empresarial, ya que su estudio ha permitido reconocerlo como un componente necesario para alcanzar el éxito y la perdurabilidad de las organizaciones, dentro de los entornos cambiantes de la esfera empresarial. La orientación emprendedora implica una mentalidad y conjunto de actividades que promueven la innovación, la toma de riesgos, la proactividad, la autonomía y la agresividad competitiva; por medio de este enfoque, las organizaciones empresariales pueden adaptarse de una manera eficiente a los cambios, además de identificar nuevas formas de mantener una ventaja en comparación con otras organizaciones.

En este apartado específico a la orientación emprendedora, se analiza a partir de una exploración de sus componentes fundamentales, desglosando los elementos que la conforman para su comprensión desde un abordaje completo del concepto. Su análisis se realiza a través de una revisión de investigaciones que abordan su estudio desde lo empírico, sin dejar de lado bases teóricas; acciones que visibilizan un enriquecimiento para la comprensión de un concepto que puede ser aplicado con éxito en las investigaciones en la gama de las industrias y de las organizaciones. No obstante, esta sección tiene como fin proporcionar una base teórica sólida que actúe como un inicio para el entendimiento de la orientación emprendedora y su influencia transformadora en las organizaciones.

La orientación emprendedora ha experimentado un aumento de interés y atención en el contexto de la academia y en el económico en los últimos años, debido a la capacidad que tiene para influir en los resultados empresariales, en el desarrollo y en la capacidad de generar un valor en las organizaciones (Rodrigo-Alarcón et al., 2014). Para Dess y Lumpkin (2005) la orientación emprendedora es un proceso mediante el cual las organizaciones pueden detectar oportunidades innovadoras y emprender acciones que les permitan aprovecharlas. Por otra parte, la orientación emprendedora se designa como una característica que se desenvuelve dentro del contexto empresarial, que se percibe como una perspectiva de gestión que aborda tanto las decisiones estratégicas como las operativas, lo que permite manifestar una actitud y comportamiento emprendedor, según Covin y Slevin (1989, 1991).

Por su parte, Miller (1983) propone que una organización orientada en el camino del espíritu emprendedor es la que enfoca sus esfuerzos en la innovación tanto en el producto como en el mercado, que se aventura en empresas arriesgadas y se distingue entre los demás por ser pionera en introducir innovaciones de manera anticipada, tomando por sorpresa a sus oponentes. De esta manera, la orientación emprendedora proporciona una comprensión sobre los motivos y la manera en que ciertas empresas pueden reinventarse constantemente a través del tiempo, descubriendo nuevas vías de desarrollo (Pastor et al., 2019).

Por consiguiente, la evolución del concepto de la orientación emprendedora ha sido un proceso que captura el desarrollo de diversos estudios académicos, así como del trabajo desde el aspecto empresarial y profesional. Esta evolución permite explorar cómo la perspectiva de la orientación emprendedora ha madurado y transformado la forma de analizar las organizaciones a lo largo del tiempo; transformándose en un elemento fundamental en el área de la administración y del emprendimiento. Desde sus primeros indicios durante los años setenta, hasta alcanzar su consolidación en las últimas décadas, la orientación emprendedora ha estado impulsada por su desarrollada comprensión de la importancia de la innovación, la adaptabilidad y la asunción de riesgos en el campo empresarial, sin embargo, no fue hasta la década de los noventa que crecieron los estudios empíricos, lo que permitió aumentar el conocimiento de esta perspectiva (García, 2015).

De esta manera, de acuerdo con el reconocimiento de los inicios de la orientación emprendedora, se identifica que la palabra "entrepreneur" tiene sus raíces en las expresiones francesas "entre" (que denota el concepto de "entre" o "en medio de") y "prende" (que implica "tomar"). En su origen, dicho concepto se emplea para referirse a individuos que se aventuran en situaciones de riesgo, como, por ejemplo, la iniciativa de establecer una nueva empresa (Fernández-Mesa et al., 2012). Sobre todo, el término francés "entrepreneur" se traduce al español como "emprendedor"; así mismo, esta palabra en idioma inglés alude a quien emprende un negocio con la intención de lograr una rentabilidad; desde este sentido se tiene una connotación de una persona con destreza para idear cosas nuevas con la intención de realizarlas (García, 2015).

Así mismo, la orientación emprendedora se ha inmerso desde el estudio del "intrapreneurship", que se refiere al fomento de un ambiente emprendedor dentro de las organizaciones para estimular la iniciativa de las personas, ampliando sus habilidades y capacidades característicamente emprendedoras. Esto se hace con la finalidad de preparar a las personas para identificar y aprovechar nuevas oportunidades (Pinchot, 1985). También, se analiza que el origen del concepto de

orientación emprendedora está vinculado a la concepción del término de emprendimiento corporativo; esta es una acción estratégica a nivel organizacional, donde se involucra capital de riesgo y que implica, entre otras cosas, la incursión en un mercado previamente no explorado, típicamente con la suposición implícita de crear una nueva empresa (García, 2015).

La perspectiva de la orientación emprendedora se originó hace varias décadas, en específico en el trabajo de Mintzberg (Mintzberg, 1973), quien categoriza la investigación académica en tres enfoques principales: el enfoque emprendedor, el enfoque adaptativo y el enfoque planificador. El estudio del primer enfoque emprendedor fue analizado y definido como la actividad que implica la búsqueda y aprovechamiento de nuevas oportunidades comerciales, así como la toma de riesgos por parte de la organización (Parga, 2016). Por otro lado, existen otras aproximaciones como las de Collins y Moore (1970) que se centran al definir a las actividades emprendedoras que pueden implementarse de forma independiente o dentro de las organizaciones; desde su enfoque, clasifican las actividades emprendedoras mediante la instauración de empresas y la promoción del emprendimiento dentro de entidades consolidadas.

En estos primeros estudios, se describía cómo algunas organizaciones lograban ampliar sus iniciativas de generación de nuevas líneas de negocio a través de las habilidades emprendedoras de sus empleados (García, 2015). De esta manera, se retoma el término de “corporate entrepreneurship”, donde se establecen fundamentos del proceso emprendedor dentro de las organizaciones, de acuerdo con Burgelman (1983) y García (2015); este constructo se refiere al proceso mediante el cual las organizaciones buscan expandirse a través de su crecimiento interno. Esta expansión requiere la unión de recursos distintos que posibilitan a la organización involucrarse en acciones que no están vinculadas de manera directa con sus operaciones habituales, así como la exploración de nuevas oportunidades en diversos campos.

En etapas posteriores, Miller (1983) incorporó el concepto de proactividad a su investigación, en la cual se basó en los modelos propuestos por Mintzberg (1973) y los relaciona con tres categorías de empresas: las simples, que son gestionadas por sus propietarios en entornos homogéneos con mercados desafiantes y de pequeño tamaño; las planificadoras, que siguen una orientación mecánica y sistémica centrada en procesos estructurados; y las organizadoras, que se adaptan a los desafíos del entorno y delega la responsabilidad de las decisiones hacia niveles inferiores dentro de las empresas, lo que les confiere una mayor capacidad de adaptación. Se concluyó que las empresas implementan una postura de orientación emprendedora en función con su tipo y utilizan este perfil como parte de su estrategia para lograr un éxito específico en sus respectivos contextos (Parga, 2016).

En síntesis, el término de orientación emprendedora se originó a partir de la investigación de Miller (1983), quien describe que una organización orientada al emprendimiento es la que apuesta por la innovación, se aventura en actividades arriesgadas y se distingue al distinguirse como la pionera en identificar avances innovadores de manera anticipada, superando a sus rivales comerciales en el sector de los negocios. De esta manera, la orientación emprendedora no se limita a un acto concreto en un punto temporal, sino que representa un proceso constante que conlleva un enfoque táctico específico a partir del análisis de Covin y Slevin (1991). Esto involucra la predisposición para introducir novedades, aceptar desafíos, llevar a cabo iniciativas autogestionadas y adoptar un enfoque más anticipativo y competitivo que sus rivales, utilizando los beneficios emergentes (Wiklund y Shepherd, 2005).

3.2.1 Dimensiones de la orientación emprendedora

Esta sección se enfoca en analizar los distintos componentes que conforman la orientación emprendedora, un concepto esencial en este estudio. De esta manera, se retoma que la orientación emprendedora se origina debido al interés por

encontrar oportunidades para establecer un nuevo negocio, que implica la incorporación de enfoques, metodologías y enfoques de decisión empleados para reconocer y poner en funcionamiento negocios novedosos (Reyes et al., 2014). Para comprender a fondo este concepto, se exploran las dimensiones que lo componen, considerando entonces a la innovación, la toma de riesgos, la proactividad, la autonomía y la agresividad competitiva. Cada uno de estos componentes cumplen una función importante en la destreza de una empresa para adaptarse, introducir novedades y para tener un ambiente de negocios que es constantemente cambiante y altamente competitivo.

3.2.1.1 Innovación

En el actual entorno empresarial, la innovación es un elemento que brinda la diferenciación y una eficiente administración de las organizaciones. A partir de esta perspectiva, la revisión literaria que investiga la orientación emprendedora siempre mantiene un enfoque constante en la innovación. Es por eso, que al ser una dimensión fundamental que conforma a la orientación emprendedora, es necesario comprender el significado de ella. De esta manera, la innovación se puede interpretar como la inclinación o disposición de una empresa para respaldar conceptos innovadores, la originalidad y la prueba de nuevas ideas al introducir nuevas líneas de productos o servicios innovadores, así como los procedimientos innovadores que resultan en la producción de avances tecnológicos, bienes y soluciones, según lo explicado por Lumpkin y Dess (1996).

A partir del entendimiento y análisis de acuerdo con la innovación, se entiende que ésta, también se refiere a la disposición a exhibir creatividad al presentar nuevos productos o servicios, así como a liderar en tópicos tecnológicos mediante el estudio y la elaboración de nuevos procedimientos (Rauch et al., 2009). Por otra parte, a partir de la visión de la innovación como un proceso, se considera como el mecanismo a través del cual se buscan nuevas oportunidades de negocio, un

atributo compartido por todas las manifestaciones de actividad emprendedora (Lumpkin y Dess, 1996; Covin y Miles, 1999)

Una parte esencial que permite identificar la innovación radica en que el nivel de dominio que una empresa tiene sobre su capacidad de innovación aumenta cuando decide invertir en la elaboración de soluciones o métodos novedosos, como señalan Hult et al. (2004). Esto se debe a que la innovación se transforma en un rasgo definitorio de la orientación emprendedora, debido a que su contribución al rendimiento de las empresas es significativa, según lo planteado por Lumpkin y Dess (1996). En virtud de ello, comprender completamente la orientación emprendedora en su conjunto, es importante reconocer la importancia de la innovación (Reyes et al., 2014). La innovación se erige como un pilar fundamental en el camino hacia el éxito empresarial y la identificación de alternativas de negocio.

3.2.1.2 Toma de riesgos

Tomar riesgos se configura como un componente presente en la orientación emprendedora. Esta dimensión es determinante para el crecimiento y la creatividad dentro de las empresas, debido a que fomenta en las organizaciones la exploración de nuevas oportunidades y de hacer frente a los desafíos que se presenten. La disposición de tomar riesgos estratégicos puede llevar a la posibilidad de obtener resultados sobresalientes y destacar un contexto empresarial altamente competitivo y en constante evolución. De esta manera, la toma de riesgos implica que la empresa esté dispuesta a aprovechar oportunidades, aun cuando el resultado exitoso no esté garantizado, además de actuar con valentía sin conocer completamente las posibles consecuencias (Lumpkin y Dess, 1996).

Para Reyes et al. (2014), el acto de asumir riesgos es una de las virtudes del emprendimiento, ha sido observada desde fases iniciales que analizan el quehacer de los empresarios, y se presenta como un atributo distintivo de ellos. De acuerdo con Lechner y Gudmundsson (2014) la propensión al riesgo implica también la disposición a asignar recursos importantes a oportunidades de mercado que

pueden tener resultados inciertos; con el aumento de los niveles de innovación, también se incrementa el riesgo, lo que está vinculado a la probabilidad de éxito o fracaso en estas oportunidades. Así mismo, el riesgo puede relacionarse con la posibilidad de experimentar pérdidas y con la capacidad de tolerar la incertidumbre.

En resumen, la toma de riesgos involucra que una empresa esté dispuesta a seguir un camino estratégico, aún cuando existe una probabilidad significativa de un fracaso costoso, demostrando así una disposición completa a adaptarse de las soluciones convencionales y embarcarse en iniciativas con resultados que pueden ser inciertos. Esta dimensión es importante para la orientación emprendedora, ya que refleja la valentía de la organización para afrontar desafíos y buscar oportunidades innovadoras, lo que, en última instancia, colabora al rendimiento y éxito empresarial (Betáková et al., 2021).

3.2.1.3 Proactividad

Para comprender el análisis multidimensional de la orientación emprendedora dentro del marco de esta investigación, es primordial reconocer la dimensión correspondiente a la proactividad. Este aspecto desempeña un papel en la destreza de una empresa en visibilizar y aprovechar atributos positivos, así también en la entera disposición para tomar la iniciativa en la búsqueda de soluciones innovadoras. La proactividad abarca ideas vinculadas a ser pionero en el mercado y descubrir demandas no identificadas previamente por los clientes. Al explorar oportunidades en el mercado, las organizaciones proactivas tienen la capacidad de prever los requerimientos futuros de los usuarios y las alteraciones en el entorno comercial (Liu y Lee, 2015; Fadda y Sørensen, 2017).

Tomando en cuenta a Dess y Lumpkin (2005), la proactividad, desde una perspectiva organizativa, implica tomar medidas anticipadas con el fin de cumplir con las demandas venideras del mercado y obtener ventajas como líder del mercado. Desde una perspectiva de la personalidad e individualidad, la proactividad alude a la disposición y preparación para modificar el entorno mediante actuaciones

propias, en respuesta a oportunidades en constante cambio (Crant, 1996). En conjunto, estos conceptos visibilizan la importancia tanto a nivel organizacional como personal de ser proactivo y adaptarse a un entorno dinámico y lleno de oportunidades.

En síntesis, la proactividad, concebida como la estrategia para proyectarse por delante de los competidores y utilizar las ventajas y recursos que se tienen a disposición, se revela como una característica importante en la orientación emprendedora (Bedoya y Arango, 2017); el estudio y el análisis de esta dimensión no sólo responde a la capacidad de reaccionar a las necesidades presentes, sino también a la habilidad de anticiparse y prepararse para responder a demandas que puedan surgir en el mercado posteriormente. Al adoptar esta mentalidad proactiva, tanto las organizaciones como los individuos pueden posicionarse estratégicamente para ser líderes en su contexto, y aprovechar a su favor los cambios en el mercado y anticiparse a ellos (Betáková et al., 2021).

3.2.1.4 Autonomía

La dimensión de autonomía, en aras del contexto de la orientación emprendedora, demuestra un aspecto esencial que se relaciona con la habilidad para emprender decisiones independientes y actuar de forma autónoma en el seguimiento de oportunidades, así como la administración de las organizaciones. La autonomía, según lo definido por Lumpkin y Dess (1996), alude a la acción independiente de individuos o grupos que respaldan una idea o visión y la desarrollan de manera autodirigida en la búsqueda de nuevas oportunidades; esta dimensión enfatiza en el potencial para decidir de forma autodeterminada y actuar de manera autónoma en la búsqueda de los objetivos propuestos.

Así mismo, siguiendo esta corriente, se denota que la autonomía abarca la habilidad de todos los integrantes del equipo organizacional, en distintos niveles jerárquicos, para decidir de manera independiente y seguir actuando de forma autónoma en la exploración de posibilidades para iniciar nuevos negocios o proyectos visionarios

(Rauch et al., 2009). Esta autonomía proporciona a los actores dentro de la organización la libertad y flexibilidad requeridas para concebir y ejecutar iniciativas emprendedoras, asegurando así no solo la solución de problemas, sino también la definición precisa de los problemas y objetivos empresariales (Lumpkin et al., 2009). De esta manera, la dimensión correspondiente a la autonomía posiblemente fomenta la creatividad y la toma de riesgos, debido a que aquellos integrantes de la organización, de manera individual o grupal, poseen la capacidad de explorar nuevas ideas; así como de contribuir en la agilidad y adaptabilidad de las organizaciones.

3.2.1.5 Agresividad competitiva

La dimensión de la agresividad competitiva se presenta por igual como un elemento inherente de la orientación emprendedora en las organizaciones. La importancia radica en virtud del contexto de los mercados que se caracterizan por una competencia constante, por lo que es necesario el desarrollo de la búsqueda de ventajas competitivas. Esta dimensión ejerce su rol en la manera en que una organización se posiciona y se enfrenta a sus adversarios. De esta forma, la agresividad competitiva alude a la disposición de las organizaciones para enfrentar de manera frontal y enérgica con respecto a sus adversarios, en virtud de ingresar al mercado o de afianzar su lugar en comparación con los contrincantes del ámbito empresarial (Lumpkin y Dess, 1996).

Así mismo, se describe como los intentos de la empresa de involucrarse de manera directa y enérgica en la competencia, lo que se manifiesta a través de sus acciones y reacciones ante las acciones de sus competidores, así como en la utilización de sus ventajas en comparación con los rivales en el mercado (Setiawan et al., 2015). Una empresa altamente agresiva en competencia examinará de manera constante la situación de sus rivales para detectar las debilidades de estos y resaltar sus propias fortalezas; esta agresividad competitiva se traduce en diversas acciones prácticas, como la competitividad en términos de precios, la introducción de

productos innovadores que superan a los de sus adversarios comerciales, la indagación activa de los competidores en el mercado y la presentación de sorpresas especiales en el mercado, entre otras estrategias (Hughes y Morgan, 2007; Hussain et al., 2015).

En suma, la dimensión de agresividad competitiva se expresa como una perspectiva enérgica y directa hacia la competencia, y se traduce en una agrupación de estrategias y medidas prácticas que posibilitan a las entidades comerciales a destacarse en el mercado. Por medio de una evaluación firme y constante de la situación de los competidores y el aprovechamiento de las debilidades de estos, las organizaciones pueden originar sus ventajas competitivas y lograr un posicionamiento fuerte. Ya sea compitiendo en términos de precios, introduciendo innovaciones superadoras o persiguiendo activamente a los competidores en el mercado, la agresividad competitiva es un elemento necesario de la orientación emprendedora que impulsa el rendimiento y el éxito en un entorno empresarial altamente competitivo (Lumpkin y Dess, 1996; Hughes y Morgan, 2007; Hussain et al., 2015; Setiawan et al., 2015).

3.3 Definición de capacidad de innovación

Es fundamental analizar desde otra perspectiva el concepto de innovación; de esta manera, se debe tener en cuenta que la innovación posee un significado fuera del ámbito de la orientación emprendedora. Si bien, este concepto es ampliamente reconocido y estudiado en diversos contextos, es importante comprender y visibilizar cómo se manifiesta y se aplica más allá de la mentalidad de emprendimiento y de una estrategia bien definida. El abordaje de la innovación desde esta perspectiva puede ser una fuerza impulsora que tiene relación e impacto a partir de los elementos que conforman a la orientación emprendedora, sin embargo, para su entendimiento es necesario el abordaje sin estar vinculada necesariamente en el proceso de búsqueda constante de oportunidades comerciales emergentes. A través de esta aproximación, se obtiene una

comprensión más completa de cómo la innovación puede contribuir al éxito y al desarrollo en una variedad de contextos empresariales.

La innovación impulsa la generación de productos novedosos, así como es esencial a fin de facilitar el crecimiento y sostenibilidad de las empresas en el entorno empresarial (Damanpour, 1991). Así, la innovación constituye un proceso que impulsa la concepción y mejora de productos y servicios renovadores, así como métodos en el mundo empresarial. Por igual, se reconoce que la innovación es una de las opciones de las corporaciones cuando se enfrentan a la competencia en el mercado y buscan una gestión sostenible (Rahmat et al., 2023). De acuerdo con Freeman (1995) la innovación implica los intentos de una empresa por crear, fabricar y lanzar al mercado nuevos productos para su industria, empleando tecnología e información.

Así mismo, retomando la significación de la innovación, se tiene en cuenta que esta abarca no solo productos, sino que también engloba actitudes, comportamientos o iniciativas relacionadas con el cambio integral en cada dimensión de la vida comunitaria (Ahmed y Sheperd, 2012). De esta manera, la noción de innovación hace referencia también a la implementación de ideas, productos o procesos novedosos. La innovación se expande y capacita a las organizaciones para crear nuevas tecnologías y estructuras en la forma de un capital estructural mejorado (Alrowwad et al., 2020), de manera que la apertura de las aproximaciones de la innovación es grande.

Tomando en cuenta la diversidad de enfoques en el que se desarrolla la innovación, el abordaje se diversifica tomando en cuenta nuevas características donde la innovación se conceptualiza como la creación e implementación de transformaciones sustanciales en la gestión de los bienes, los procedimientos, la comercialización o el diseño estructural de los negocios, en virtud de enaltecer sus efectos (Velázquez et al., 2018); así mismo se puede encontrar innovación en métodos organizativos dentro de las empresas, en donde se consideran nuevas configuraciones de la estructura de la organización, procedimientos o prácticas

fundamentales que impulsan el desarrollo económico de una empresa (Martínez y Padilla, 2020; Vega et al., 2020).

En resumen, se indica que la innovación es entendida como proceso multifacético el cual abarca diversas áreas que resultan clave para el progreso y la expansión de las organizaciones. De esta manera, los cambios en busca de la innovación se enfocan primordialmente en tres aspectos clave: la innovación de productos, que conlleva la creación y lanzamiento de productos novedosos o dirigido a la optimización de los bienes presentes en el mercado actualmente; la innovación de procesos, que tiene como base la implementación de tecnologías innovadoras o materiales para procedimientos de elaboración, con el fin de aumentar la eficiencia y calidad; y finalmente, la innovación gerencial, la cual se dirige a la implementación de prácticas y sistemas organizativos novedosos para optimizar la estructura interna de las empresas (Maldonado et al., 2009). La capacidad de innovar en estos frentes es esencial para mantenerse relevantes y alcanzar el éxito a largo plazo en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible identificar un contexto que actúa como fundamento para el entendimiento de este estudio. La capacidad de innovación mantiene una estrecha conexión con las habilidades generales de la organización, englobando todas las acciones destinadas a iniciar, desarrollar y alcanzar resultados innovadores. En conjunto, como capacidades de innovación, se constituyen como un recurso invaluable con el fin de generar ventajas competitivas y asegurar su implementación estratégica; siendo así importantes para los procesos que se llevan dentro de las empresas (OECD y Eurostat, 2018).

La capacidad de innovar, en virtud de Rajapathirana y Hui (2018), se puede ver expresada en diversas actividades organizativas, por ejemplo, en la creación de productos innovadores, la integración de tecnologías novedosas, la formulación y aceptación de procesos para atender las necesidades futuras, así como la habilidad de adaptación eficazmente a las transformaciones dentro de un contexto y a la competencia. Por su parte, Lawson y Samson (2001) identifican la capacidad de

innovación de la misma manera que la destreza empresarial para extraer conocimiento mediante el equilibrado desarrollo de las tareas de aprovechamiento y las actividades novedosas de examinación; este equilibrio se ve influenciado por factores como la visión y estrategia, la explotación de la competencia básica de la empresa, la inteligencia organizacional, la administración de la creatividad e ideas, la organización estructural y de sistemas, tanto la cultura como la gestión tecnológica.

Dejando de lado las clasificaciones de innovación, según Grant (1996), las organizaciones deben ajustarse de forma rápida y eficaz a las continuas transformaciones del sector comercial, demostrando flexibilidad en cuanto a innovaciones en productos y procesos. En este contexto, las capacidades organizativas, entendidas como complejos patrones de habilidades y conocimientos que con el tiempo se consolidan como prácticas habituales en la organización, se convierten en elementos esenciales para el funcionamiento de una empresa. Esto se aplica especialmente al avance de la capacidad de innovación, reconocida en calidad de un factor crucial para el desarrollo de las organizaciones, según lo señalado por Chang et al. (2017).

Tabla 1

Definiciones de la Capacidad de Innovación.

Autor	Definición
Lawson y Samson (2001)	La capacidad de transformar continuamente las ideas y la información en sistemas, procedimientos y productos de vanguardia que beneficien a la empresa y a sus partes interesadas.
Calantone et al. (2002)	La voluntad de la cultura organizativa de adoptar conceptos novedosos.
Romijn y Albaladejo (2002)	Las competencias y saberes requeridos para asimilar, dominar y optimizar de manera efectiva las tecnologías actuales, así como para desarrollar nuevas.

Wang y Ahmed (2004)	La capacidad esencial de una empresa para combinar una dirección estratégica con comportamientos y procedimientos creativos a fin de introducir nuevos artículos en el mercado o investigar mercados sin explotar.
Quintane et al. (2011)	Habilidad organizacional para aplicar cambios innovadores de forma sostenida, reconocida como un aspecto crucial para lograr resultados organizativos destacados.
Ngo y O’Cass (2013)	Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos en los procesos y procedimientos de la organización para crear iniciativas creativas relacionadas con avances técnicos y no técnicos.
Saunila y Ukko (2014)	Se refiere, en su mayoría, a los intangibles de la empresa, que representan características no tangibles que crearán valor a largo plazo.
Weber y Heidenreich (2018)	La habilidad de una organización para reunir, incorporar y difundir nueva información con el fin de aplicarla a la creación de nuevos bienes o servicios.

Nota: Retomado de Mendoza-Silva (2021)

La capacidad de innovación, según las diversas definiciones proporcionadas por los autores en la Tabla 1, revela una variedad de enfoques y dimensiones clave en el ámbito empresarial. Lawson y Samson (2001), como se mencionaba anteriormente, destaca la evolución permanente de conocimientos y nociones en productos, prácticas y sistemas, resaltando el valor que aporta tanto a la empresa como a sus interesados. Este énfasis en la aplicación práctica y los resultados tangibles se contraponen con la perspectiva de Calantone et al. (2002), quienes resaltan la apertura a propuestas novedosas como aspecto central de la cultura empresarial, sugiriendo que la innovación está vinculada intrínsecamente a la mentalidad y la cultura organizacional.

Romijn y Albaladejo (2002) agregan una dimensión adicional al destacar la relevancia de las capacidades y conocimientos para asimilar, dominar y perfeccionar tecnologías actuales, además de desarrollar nuevas. Esta perspectiva subraya la habilidad de adaptación y el progreso constante como elementos

fundamentales de la capacidad de innovación. Wang y Ahmed (2004) expanden la perspectiva al definir la capacidad de innovación como la habilidad global de lanzar productos novedosos o acceder a nuevos mercados, poniendo énfasis en la integración entre orientación estratégica y dinámicas innovadoras.

Por su parte, Quintane et al. (2011) aportan la noción de continuidad, destacando la capacidad de producir innovaciones de manera continua y sugiriendo que esta capacidad está directamente relacionada con resultados organizativos significativos. Ngo y O’Cass (2013) ofrecen una perspectiva operativa al centrarse en la aplicación del conocimiento y habilidades en rutinas y procesos para llevar a cabo actividades innovadoras, abarcando tanto innovaciones técnicas como no técnicas.

Saunila y Ukko (2014), presentan una visión enriquecedora al definir la capacidad de innovación como aquella que se enfoca en la solidez de los activos intangibles de la organización, es decir, aquellos atributos no materiales que aportarán valor en el tiempo. Finalmente, Weber y Heidenreich (2018) ponen atención en el potencial de la empresa para captar, integrar y transmitir nuevos saberes, subrayando la implementación efectiva de estos conocimientos en la concepción de productos o servicios disruptivos. En conjunto, estas definiciones visibilizan la diversidad de factores clave tanto en la capacidad de innovación como la cultura de las organizaciones, la adaptabilidad, la estrategia, la continuidad, entre otras; resaltando la complejidad y la importancia de esta variable en la investigación.

3.4 Investigaciones empíricas sobre orientación emprendedora y capacidad de innovación

Con la finalidad de presentar una visión general de las contribuciones empíricas al estudio de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación, la siguiente tabla muestra las investigaciones que han abordado las temáticas relevantes en el campo. Las investigaciones abarcan una gran variedad de investigaciones que se focalizan en la orientación emprendedora, en la capacidad

de innovación y en actividades emprendedoras, tomando en cuenta que la mayoría presenta resultados por género. En virtud de esto, se dispone posteriormente un análisis en detalle a los resultados encontrados en estos estudios, esto facilita una comprensión más detallada acerca de la conexión entre las variables a estudiar, tomando en cuenta diversas investigaciones que han considerado investigar con datos desagregados por género, además de profundizar con categorías que aportan más allá del estudio basado en la diferencia solo entre mujeres y hombres en los temas mencionados anteriormente.

Tabla 2

Aportaciones de investigaciones empíricas a la Orientación Emprendedora y Capacidad de Innovación.

Autores	Aportaciones
Hurtado et al. (2007)	No se ha encontrado una incidencia significativa entre los resultados de la innovación de productos, la orientación emprendedora y la masculinidad. Por lo tanto, la relación entre las variables y los resultados de la innovación de productos no se ve reforzada ni debilitada por la prevalencia de ideales femeninos o masculinos en una cultura.
Fuentes et al. (2009)	A excepción de los factores relacionados con mayores ventas y beneficios, que se abordan tanto para hombres como para mujeres, existe una correlación positiva entre la orientación empresarial y una serie de medidas de éxito empresarial, con especial atención a las mujeres empresarias.

Robb y Watson (2010)	Las empresas de tamaño pequeño y media que están bajo el liderazgo de mujeres no muestran un desempeño inferior en lo que respecta a las tasas de supervivencia, el retorno sobre activos, ni en términos de riesgo ajustado, en comparación con las pymes dirigidas por hombres.
Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez (2012)	Enfatizan cómo las nociones de género estereotipadas moldean el nivel de disposición de las personas para desarrollar aspectos específicos en las dimensiones de propensión al riesgo, proactividad e innovación.
Martins et al. (2012)	Los resultados financieros de las empresas se ven afectados positivamente por la orientación emprendedora, y este efecto es mucho más pronunciado cuando existe un ajuste suficiente entre el entorno empresarial y la orientación emprendedora.
Reyes et al. (2014)	Los elementos de la orientación emprendedora muestran variaciones notables dependiendo del género. Por ejemplo: las mujeres muestran una menor disposición hacia el riesgo y tiende a ser menos orientada hacia la innovación. Por otro lado, en términos de proactividad, se vincula a las mujeres con características asociadas a la responsabilidad, disciplina e independencia, mientras que se asocia al género masculino con la iniciativa y roles de liderazgo.
Liberda y Zajkowska (2017)	Las políticas relacionadas con la innovación y el emprendimiento carecen de un enfoque de

Álvarez (2019)	<p>género adecuado; estas políticas de innovación están mayoritariamente orientadas hacia empresas que son dirigidas por los hombres.</p> <p>Los resultados muestran que el sexo del directivo afecta a la forma de su orientación emprendedora. En comparación con sus colegas masculinos, las mujeres en puestos directivos suelen mostrar una mayor preferencia por la autonomía y la iniciativa y una orientación menos marcada hacia la competitividad agresiva.</p>
Bathia et al. (2019)	<p>A los niveles de entrada y medio, se observa que los hombres poseen una capacidad de innovación más destacada que la de las mujeres; mientras que en el nivel de experto, éstas, superan a los hombres en innovación.</p>
Pérez-Quintana (2019)	<p>Cuando se trata de asumir riesgos y ser proactivo, la orientación emprendedora varía según el género. Las mujeres son menos competitivas y se centran más en la autonomía y la proactividad como resultado de la socialización y los estereotipos de género. Por otra parte, las mujeres se enfrentan a retos relacionados con la percepción del riesgo y la autoeficacia, mientras que los hombres suelen estar más dispuestos a ser emprendedores.</p>
Ruiz et al, (2019)	<p>Un mejor acceso a las oportunidades de financiación anima a las pymes a innovar tanto en gestión como en tecnología. Además, se percibe que este efecto es particularmente notable en las empresas dirigidas por mujeres.</p>

Valdez et al. (2019)	Los hallazgos indican que las capacidades dinámicas ejercen una influencia sustancial en ciertas características de la orientación emprendedora, las acciones innovadoras y la eficiencia económica de las pymes. En este sentido, se ha evidenciado que la inclinación emprendedora de estas empresas tiene un efecto relevante y beneficioso sobre sus esfuerzos de innovación.
Ndikubwimana et al. (2020)	Se determinó que los niveles de orientación emprendedora y el rendimiento empresarial no presentan diferencias significativas entre los diversos géneros.
Vega et al. (2020)	Mientras que la capacidad de innovación tiene un efecto favorable pero no alcanza la significación estadística debido a su relación con la dimensión de innovación, las dimensiones de asunción de riesgos y proactividad tienen una incidencia positiva y estadísticamente significativa sobre la innovación en las pequeñas y medianas empresas. No hay conclusiones basadas en el género.
Betáková et al. (2021)	El estudio reveló que tanto en las dimensiones analizadas como en la relación de la orientación emprendedora y la eficiencia económica en las organizaciones, se observó un nivel parecido en ambos grupos de mujeres y hombres.
Makhloufi et al. (2021)	Según el estudio, la capacidad de innovación y la orientación emprendedora están positivamente correlacionadas, lo que indica que la primera

	fomenta el crecimiento de la segunda. Las empresas con un fuerte impulso de orientación emprendedora consideran que la innovación es una táctica crucial para lanzar nuevos productos e introducirse en sectores peligrosos.
Tenner y Hörisch (2021)	La diversidad de género de los miembros de un equipo de trabajo, más que la cantidad de mujeres en la organización, es lo que se asocia con la orientación ambiental, que comparte algunos rasgos con la orientación emprendedora. Esta diversidad es esencial para alcanzar los objetivos de la empresa.
Zastempowski y Cyfert (2021)	La participación de mujeres emprendedoras tiene una incidencia en la innovación, tanto en productos como en procesos que se ejecutan en las pymes.
Liñán et al., (2022)	Mujeres que presentan una orientación de género más neutral o incluso más asociada a rasgos masculinos tienen una mayor probabilidad de emprender carreras empresariales.
Sánchez-García et al. (2022)	Las conclusiones implican que la orientación emprendedora afecta de forma significativa y favorable a la capacidad de innovación de una empresa. Además, se observa un efecto indirecto mediado por las redes empresariales y la capacidad de aprendizaje de las empresas.
Anzules-Falcones y Novillo-villegas (2023)	La orientación emprendedora influye en la capacidad de innovación al fomentar comportamientos proactivos y la disposición de

	<p>asumir riesgos entre los tomadores de decisiones. En consecuencia, las empresas están tomando medidas para respaldar proyectos con un enfoque emprendedor y una tolerancia al riesgo más elevada.</p>
Pala y Ayaydin (2023)	<p>Los resultados del análisis determinan que la orientación emprendedora incide en la capacidad de innovación; se observa que la dimensión de innovación y proactividad tienen relaciones estadísticamente significativas con esta variable.</p>
Gorostiaga et al. (2023)	<p>A excepción de la asunción de riesgos, en la que los hombres son más hábiles, el estudio detectó notables disparidades de género en varios aspectos de la orientación emprendedora. Las mujeres mostraban una mayor orientación al aprendizaje, pero los hombres destacaban en la orientación competitiva.</p>
Lutfi y Nupus (2023)	<p>Demuestra que la orientación emprendedora ejerce influencia en la generación de innovaciones en productos. Esto sugiere que a medida que las pymes perfeccionan su orientación emprendedora, por igual aumenta su capacidad para innovar en productos.</p>
Sánchez-García et al. (2023)	<p>La orientación emprendedora tiene una incidencia positiva en su capacidad para promover la innovación.</p>
Veckalne y Tambovceva (2023)	<p>Existen obstáculos que las mujeres enfrentan al iniciar y ampliar sus emprendimientos. Estos obstáculos no solamente incluyen el acceso restringido a recursos, sino también abarcan</p>

Yu et al. (2023)	<p>convenciones y prejuicios profundamente arraigados en la sociedad que impactan de manera desproporcionada a las mujeres.</p> <p>Los resultados mostraron que la capacidad de innovación sostenida de las nuevas empresas se ve positiva y significativamente afectada por la innovación en conjunción con los elementos de proactividad y asunción de riesgos.</p>
Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco (2023)	<p>Los hombres tienden a innovar más y fomentar la innovación tecnológica, mientras que las mujeres son más cautelosas, invirtiendo más tiempo en innovar. Los hombres también muestran mayor disposición para asumir riesgos y de invertir en grandes proyectos, así como a desarrollar equipos de trabajo autónomos y flexibles que implementen nuevas ideas rápidamente.</p>
Yusuf et al. (2024)	<p>Los resultados mostraron que existían diferencias de género significativas en la mayoría de los rasgos o componentes de la orientación emprendedora. En Arabia Saudita, hay más mujeres que hombres que planean crear una empresa, según la correlación favorable hallada entre la orientación empresarial y el género.</p>
Vargas-Pérez et al. (2024)	<p>Los resultados demostraron que hombres y mujeres difieren en su inclinación por la orientación emprendedora en la universidad, especialmente en las áreas de autonomía, agresividad competitiva y asunción de riesgos.</p>

Nota: Creación propia utilizando información de cada estudio.

La tabla anterior proporciona una visión integral de las influencias entre la orientación emprendedora, la innovación y el género en diversos estudios empíricos. Se observan diversos enfoques, destacando la relación del género en la orientación emprendedora y su incidencia en la capacidad de innovar. Algunas investigaciones, como el caso de Reyes et al. (2014) y Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez (2012), abordan las divergencias de género en las acciones emprendedoras y cómo los estereotipos afectan la disposición hacia la innovación. Por otra parte, investigaciones como la de Fuentes et al. (2009) y Tenner y Hörisch (2021), examinan la asociación entre el rendimiento empresarial y la orientación emprendedora, haciendo hincapié en el valor de la diversidad de género en los miembros emprendedores. Así mismo, Liñán et al. (2022) examinan cómo el género influye en la probabilidad de emprender carreras empresariales.

De la misma manera, de acuerdo con las variaciones en virtud de mujeres y hombres en lo que concierne con la orientación emprendedora, se observó que estudios como el de Yusuf et al. (2024) se obtuvieron resultados en los que se encontraron que en Arabia Saudita las mujeres muestran una mayor disposición para emprender en comparación que la de los hombres, motivadas por la autoeficacia y el bienestar social. Vargas-Pérez et al. (2024) descubrió que los hombres universitarios muestran una mayor propensión para asumir riesgos y ser competitivos, mientras que las mujeres se destacan en innovación. Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco (2023) observaron que en la industria manufacturera de Aguascalientes, México, los gerentes hombres son más propensos hacia la innovación y para tomar riesgos, mientras que las gerentes femeninas prefieren la estabilidad.

La tabla también aborda investigaciones que exploran la incidencia de la orientación emprendedora con la innovación, como Vega et al. (2020), Makhoulfi et al. (2021), Sánchez-García et al. (2022), Sánchez-García et al. (2023), Anzules-Falcones y Novillo-Villegas (2023), Pala y Ayaydin (2023), Yu et al. (2023) y Lutfi y Nupus (2023). Estas investigaciones subrayan la relevancia de la conexión entre la orientación emprendedora y la capacidad empresarial para promover la innovación.

Además, se observa que existen investigaciones que examinan cómo el género influye en la innovación, como Zastempowski y Cyfert (2021), Ruiz et al. (2019), y Liberda y Zajkowska (2017). Estos estudios muestran cómo la presencia de mujeres emprendedoras puede resultar beneficioso para la innovación en las pymes y cómo las políticas de innovación carecen a menudo de una visión que incorpore al género de manera adecuada.

Por último, se muestra la asociación en virtud de la orientación emprendedora y la capacidad de innovar, centrándose en aspectos de género y la influencia de la cultura en este vínculo. Entre estos estudios, destaca el análisis realizado por Hurtado et al. (2007), donde se exploró la incidencia de la masculinidad, la orientación emprendedora y los hallazgos de la innovación en productos. Encontraron que la variable de masculinidad en esta relación no mostró ser significativa. Específicamente, el predominio de valores femeninos o masculinos en una cultura no pareció fortalecer ni reducir la conexión de la orientación emprendedora y los efectos sobre la transformación innovadora de productos.

Esta investigación resalta al ser el único que aborda directamente la incidencia a partir de la orientación emprendedora con la capacidad de innovar, sin diferenciar significativamente entre individuos masculinos y femeninos. Su enfoque en la relación cultural y la ausencia de diferencias entre géneros en esta relación proporciona un punto clave para entender cómo los valores culturales no parecen incidir en la conexión de la orientación emprendedora con la innovación en productos.

De esta manera, el próximo segmento lleva a cabo una revisión de cada una de las investigaciones mencionadas anteriormente, con el fin de desentrañar las contribuciones particulares y las conclusiones obtenidas en cuanto a la intersección entre orientación emprendedora, capacidad de innovación y género; este análisis detallado permitirá extraer información valiosa sobre cómo estas variables interactúan y afectan diversos aspectos de las organizaciones empresariales.

3.4.1 Análisis de estudios empíricos al respecto de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación.

Este apartado reúne una serie de estudios que se engloban en las áreas de orientación emprendedora y de la capacidad de innovación, tomando en cuenta el género como una característica transversal en las investigaciones. Estos rubros representan elementos fundamentales para la comprensión de las dinámicas empresariales y de las actividades emprendedoras; su interacción ofrece valiosas perspectivas sobre cómo el género tiene la capacidad de incidir en las decisiones dirigidas a los elementos que configuran a la orientación emprendedora, así como en la capacidad de innovar. A través de la revisión de estos artículos de investigación, se exploran las interconexiones entre estos componentes, lo que visibiliza cómo el género puede abordar un rol en las variables mencionadas anteriormente.

Así, a través del estudio de los diferentes elementos que configuran a la orientación emprendedora, centrados en resultados desglosados por género, se destacan los análisis que reflejan las características emprendedoras de aquellos que se encuentran en la etapa de iniciar un negocio. En este caso, Reyes et al. (2014) analiza las disparidades de género a través de la evaluación de las diferencias en los promedios y la aplicación de un proceso de análisis para clasificar las dimensiones de la orientación emprendedora. Los hallazgos no sólo señalan la existencia de discrepancias significativas en la conducta emprendedora atribuibles al género, sino que la clasificación de los grupos también corrobora la intervención de colectivos de individuos dependiendo del género.

Así mismo, de acuerdo con Reyes et al. (2014), se observa que las mujeres suelen ser más prudentes al asumir riesgos y, en general, se perciben como menos inclinadas hacia la innovación en comparación con sus contrapartes. A pesar de ello, es fundamental resaltar que al abordar la proactividad, las mujeres tienden a estar más relacionadas con cualidades como la responsabilidad, la disciplina y la independencia, mientras que los hombres se asocian con mayor frecuencia a la toma de iniciativas y a la búsqueda de liderazgo. A medida que avanza el estudio

de las diferencias en la orientación emprendedora y la capacidad de innovación, se visibiliza la existencia de una complejidad entre las interacciones de estos componentes en el ambiente empresarial.

A pesar de la importancia de los resultados con información que aporte diferencias entre mujeres y hombres, autores como Fuentes et al. (2009), dirigen su análisis en el estudio en específico en la orientación emprendedora de únicamente mujeres. Lo anterior, debido al fortalecimiento de la representación de mujeres en el entorno laboral, así como su notable participación en actividades económicas, a través de proyectos que emprenden una demanda de mayor atención por parte de la investigación en el emprendimiento. Fuentes et al. (2009) examina la asociación del constructo de orientación emprendedora y el de rendimiento empresarial, así como se investiga el impacto de la obtención de conocimientos derivados de las interacciones con la clientela y miembros del equipo en dicha orientación emprendedora.

A excepción del aumento de las ventas, los ingresos y las ganancias, el análisis de este grupo concreto de mujeres sólo muestra que la orientación emprendedora está positivamente correlacionada con una serie de métricas de desempeño empresarial. En una línea similar, el estudio concluye que los conocimientos adquiridos a través de la interacción con el consumidor, en lugar de los adquiridos de otros socios, influyen favorablemente en la orientación emprendedora. Además, se ha observado que elementos como la forma en que se establecen las conexiones, la inclinación de las empresas a crecer y la incorporación de tecnología punta afectan significativamente a esta característica (Fuentes et al., 2009).

Aunado al estudio sobre la orientación emprendedora y en conjunto con otras variables como la orientación ambiental, que toma en cuenta la habilidad de las organizaciones para ajustarse y reaccionar ante riesgos y condiciones de su entorno. Tenner y Hörisch (2021) exponen que referente a esta dimensión equivalente al elemento de la orientación emprendedora que busca asumir riesgos, existen resultados mixtos en cuanto a la influencia del género para el

emprendimiento. Teniendo en cuenta cómo influye la composición de los equipos fundadores en la orientación de las nuevas organizaciones, los investigadores examinan el impacto de la diversidad de género en la capacidad de las empresas para asumir riesgos.

Con base en un conjunto de datos de empresas emprendedoras en Estados Unidos y Alemania, Tenner y Hörisch (2021) sugieren que el grado de la toma de riesgos no está relacionado con el porcentaje de miembros femeninos en el equipo fundador, sino que depende más bien de la pluralidad de género presente en dicho equipo. A partir de esto, se deduce que la diversificación en el equipo emprendedor de acuerdo al género es un factor crucial para abordar tanto los objetivos relacionados con el medio ambiente como los objetivos económicos en el contexto del emprendimiento. Este hallazgo tiene implicaciones tanto teóricas como prácticas, especialmente en lo que respecta a políticas, equipos de emprendimiento y programas de formación en emprendimiento (Tenner y Hörisch, 2021).

Por otra parte, existen pocos estudios específicos del estudio de la orientación emprendedora en virtud de organizaciones de tamaño pequeño y mediano con la distinción de resultados por género. Sin embargo, teniendo como unidad de estudio estas organizaciones, se indica la existencia de diferencias en sus actividades de acuerdo si estas son dirigidas por mujeres u hombres, estas diferencias también se toman en cuenta para el análisis de la orientación emprendedora según Betáková et al. (2021). La autora, analiza la orientación emprendedora de acuerdo con las cinco dimensiones de esta, es decir, la autonomía, las decisiones riesgosas, el innovar, y diferentes niveles de ser proactivo y de agresividad competitiva, a causa de la relación que existe con el género de los empresarios que dirigen pequeñas empresas.

De acuerdo con Betáková et al. (2021), los hallazgos son resultado de un estudio efectuado en 220 pequeñas empresas de Polonia. Los datos obtenidos en el estudio observaron niveles semejante de orientación emprendedora en las diversas dimensiones estudiadas, y se identificó una asociación positiva de la orientación

empresarial y el rendimiento económico empresarial en ambos grupos analizados. A grandes rasgos, el estudio demuestra que los elementos observados de esta variable presentan niveles similares en ambos grupos analizados y se encontró una conexión positiva entre las variables mencionadas anteriormente en ambos grupos estudiados (Betáková et al., 2021).

Para Betáková et al. (2021) la incidencia de las variables mencionadas anteriormente es más evidente en las pequeñas empresas; en estas empresas, la toma de decisiones involucra a menos personas, lo que hace que el proceso sea más eficiente. Así mismo sostiene que, para considerarse una organización emprendedora, se necesita tener un nivel elevado en todas los elementos de la orientación emprendedora al mismo tiempo, y esto visibiliza en los hallazgos obtenidos. Sin embargo, en la práctica, las empresas no siempre exhiben de manera simultánea comportamientos innovadores, proactivos, competitivamente agresivos, autónomos o arriesgados.

Por otra parte, en virtud del estudio de la orientación emprendedora, Ndikubwimana et al. (2020) destaca que el emprendimiento contribuye al desarrollo económico, sin embargo, para que este tome un papel importante y efectivo en la economía, es fundamental analizar la orientación emprendedora, teniendo en cuenta los factores de necesidad y oportunidad tanto en hombres como mujeres; ya que los emprendedores se ven influenciados por diversos factores que pueden llevar diferencias en sus desempeños dependiendo de su género. De esta manera, el estudio empírico que realiza Ndikubwimana y colaboradores propone como objetivo evaluar cómo la orientación emprendedora impacta la productividad empresarial, así como la exploración de las disparidades de género contrastadas con distintas variables.

El principal hallazgo del estudio anterior indica que tanto hombres como mujeres muestran una orientación más inclinada hacia las oportunidades que hacia las necesidades. Así mismo, se descubrió que las organizaciones lideradas por hombres presentan mejores aprovechamientos en términos financieros como no

financieros en comparación con aquellas dirigidas por mujeres. Asimismo, se observan nulas diferencias sustanciales de los niveles de orientación emprendedora ni en el rendimiento empresarial entre los géneros. El análisis de correlación pone de manifiesto incidencia significativa de orientación emprendedora en los propietarios de negocios, tanto masculinos como femeninos, y el desempeño de sus respectivas empresas (Ndikubwimana et al., 2020).

A partir de estas conclusiones, Ndikubwimana et al., (2020), propone estrategias que busquen la priorización en la formación y concienciación dirigida a las mujeres con el fin de fomentar su involucramiento y desarrollo en el ámbito empresarial y elevar el rendimiento de las mujeres que ya ostentan negocios. Así mismo, se plantea la posibilidad de diseñar e implementar mejoras en los programas escolares que se enfocan en el emprendimiento, teniendo en cuenta la particularidad de los diseños curriculares y proyectos educativos de la educación básica, con la finalidad de preparar y formar a futuros emprendedores.

También existen otras propuestas como la de Yusuf et al. (2024), donde el propósito es analizar elementos socioeconómicos, intelectuales y motivacionales y su incidencia en la orientación emprendedora en función del género en Arabia Saudita. Los hallazgos mostraron variaciones en los elementos de la orientación emprendedora según mujeres y hombres, con un mayor número de mujeres sauditas mostrando intención de emprender en comparación con los hombres. Además, la autoeficacia, la motivación y el bienestar social se relacionaron positivamente con el género, subrayando la necesidad de programas que fortalezcan estos factores para promover el emprendimiento femenino (Yusuf et al., 2024).

Así mismo, Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco (2023) analizaron cómo el género de los gerentes afecta la orientación emprendedora y el rendimiento empresarial en 250 negocios manufactureros de Aguascalientes, México. Los resultados indicaron que los gerentes masculinos mostraron una mayor tendencia para innovar, tomar riesgos y ser proactivos, comparados con las gerentes femeninas, quienes se

mostraron más prudentes y orientadas a la estabilidad organizacional. Estos hallazgos reflejan una brecha de género en el constructo de la orientación emprendedora, donde los hombres son más propensos a comprometer recursos y adoptar nuevas ideas rápidamente (Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco, 2023).

Aunado a lo anterior, Álvarez (2019) examinó el impacto de la orientación emprendedora con la eficiencia de las empresas, diferenciando entre gerentes hombres y mujeres en empresas del estado de Guanajuato. Los resultados revelaron diferencias de género en dicho constructo mencionado, con las mujeres mostrando un menor nivel de orientación hacia la competencia agresiva; pero un nivel superior en la autonomía y proactividad. Esto sugiere que, aunque ambos géneros pueden beneficiar el rendimiento empresarial, sus estrategias y enfoques difieren significativamente (Álvarez, 2019).

Por otra parte, Gorostiaga et al. (2023) evaluó la conexión de la orientación emprendedora y el rendimiento académico en estudiantes profesionales de acuerdo con el género. Entre sus hallazgos encontró discrepancias en la orientación emprendedora, en la que los hombres registraron valores más altos en orientación competitiva, mientras que las mujeres en orientación al aprendizaje. Sin embargo, no hubo diferencias en la asunción de riesgos, apuntando a que las disparidades de género vistas en las empresas no se trasladan completamente al ámbito educativo. (Gorostiaga et al., 2023).

Otro aspecto de estudio sobre la orientación emprendedora se analiza desde los ámbitos sociales, donde Pérez-Quintana (2019), investigó las inequidades existentes en mujeres y hombres de acuerdo a los niveles de orientación emprendedora, destacando que las mujeres tienden a ser menos competitivas y más enfocadas a la autonomía y la proactividad comparadas con los hombres. Las mujeres también enfrentan más desafíos relacionados con la percepción de riesgos y la autonomía, lo cual indica la necesidad de fomentar una autopercepción positiva y desafiar estereotipos de género para promover la igualdad en el emprendimiento (Pérez-Quintana, 2019).

Del mismo modo, Vargas-Pérez et al. (2024), analizó la orientación emprendedora entre estudiantes universitarios españoles, encontrando diferencias significativas de acuerdo con la autonomía, agresividad competitiva y la asunción de riesgos según el género. Los hombres mostraron una mayor inclinación hacia estas dimensiones, mientras que las mujeres se percibieron como más innovadoras, aunque sin diferencias significativas en este aspecto. Las conclusiones sugieren que se debe impulsar la autonomía y competitividad en mujeres y la innovación en hombres para equilibrar la orientación emprendedora entre géneros (Vargas-Pérez et al., 2024).

A pesar de ello, hay estudios que no están centrados principalmente en la orientación emprendedora, sin embargo, evalúan y miden la eficacia de las pymes tomando rasgos de algunas de las dimensiones de esta orientación. Por ejemplo, Robb y Watson (2010), quienes realizan una comparativa en la eficiencia de estas empresas controladas por hombres y mujeres en los países de Estados Unidos y Australia. Explican que por lo general, los estudios anteriores del tema suelen indicar que las pymes dirigidas por mujeres presentan un desempeño inferior en múltiples aspectos, incluyendo ingresos, utilidades, tasas de crecimiento y tasas de cierre contrastadas por las pymes lideradas por hombres, tomando en cuenta que las pymes controladas por mujeres son más pequeñas en promedio que sus contrapartes masculinas (Robb y Watson, 2010).

De esta manera, el estudio de Robb y Watson (2010) proporciona información en relación con las decisiones riesgosas, en virtud de identificar que no se gestiona adecuadamente el riesgo en las investigaciones, sin embargo, existe conocimiento sobre la tendencia de las mujeres a ser más cautelosas en comparación con los hombres cuando se trata de asumir riesgos. Así mismo, los hallazgos exponen que las pymes gestionadas por mujeres no muestran un desempeño inferior en términos de tasas de supervivencia, retorno sobre activos o en términos de riesgo ajustado en comparación con las dirigidas por hombres. Estos resultados respaldan de manera concluyente la percepción de que estas organizaciones lideradas por mujeres no reflejan un rendimiento reducido a diferencias de las organizaciones bajo

la dirección de hombres, ya sea en nuevas empresas en sus primeras etapas o en empresas establecidas (Robb y Watson, 2010).

Igualmente, surgen los hallazgos de Martins et al. (2012), quienes identifican la incidencia de la orientación emprendedora reflejada en las ganancias de las pymes, quienes toman de variable de estudio la función del entorno de estas. Es importante tener en cuenta que los beneficios de esta investigación son principalmente a la orientación emprendedora como tal, sin hacer un estudio donde el género sea un diferenciador para los resultados. De esta manera, Martins et al. (2012) busca evaluar el efecto de la orientación emprendedora en la eficiencia financiera de las pequeñas y medianas empresas, además, presenta un modelo de contingencias que busca analizar cómo la hostilidad del entorno puede influir de manera moderadora en la incidencia entre las variables.

Con el propósito de estudiar su objeto de estudio, Martins et al. (2012) emplea información recopilada de pymes ubicadas en el sector manufacturero. Las conclusiones respaldan la conexión significativa de la orientación emprendedora y la eficiencia financiera de las corporaciones, y destacan que esta relación es aún más beneficiosa cuando existe una concordancia adecuada entre la orientación emprendedora y las cualidades de su contexto. Las conclusiones de esta investigación, aportan beneficios en relación con la orientación emprendedora en virtud de las pymes, para los negocios y para la investigación académica. (Martins et al., 2012).

De la misma manera, y siguiendo la línea correspondiente a la orientación emprendedora, se encuentran investigaciones que se adentran en encontrar desigualdades de mujeres y hombres en virtud de la orientación emprendedora. Sin embargo, no se limitan a encontrar diferencias basadas en el género, sino que aportan a variables adicionales al estudio, como lo son los roles y estereotipos de género. De esta manera el abordaje realizado por Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez (2012) y por Liñán et al. (2022), se entrelaza en la combinación de las ciencias administrativas y de la perspectiva de los estudios sociales, mediante el análisis

dimensional y de las intenciones de emprender, así como de la cultura emprendedora.

Del mismo modo, Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez (2012) examinan las disparidades de las características de la orientación emprendedora individual, teniendo en cuenta las características estereotipadas vinculadas a la masculinidad, así como aquellas que se identifican como andróginas; por igual, analiza la conexión entre la variable principal y la motivación de establecer un negocio, de acuerdo con hombres y mujeres. Los resultados confirman las hipótesis que sugieren que el ser proactivo y la tomar riesgos, tienen una naturaleza masculina, mientras que la capacidad de innovación es más andrógina o neutra. Además, se encuentra que todas estas dimensiones tienen una influencia positiva en las motivaciones emprendedoras de negocios de los individuos (Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez, 2012).

También, entre las contribuciones clave de este estudio se destaca el efecto de los prejuicios o reglas sociales que se vinculan al género en la voluntad de la sociedad para fomentar determinados elementos de su orientación emprendedora. Para Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez (2012) estos hallazgos respaldan la idea tradicional del rol del empresario con tareas predominantemente masculinas podría tener un impacto negativo en la asociación de las mujeres con tal representación, afectando su percepción de emprendimiento al ser percibida como una opción profesional viable, se pueden visibilizar desigualdades en las percepciones vinculadas con las propiedades de la orientación emprendedora y las intenciones emprendedoras de las mujeres..

De la misma manera, Liñán et al. (2022) cuestiona e investiga las implicaciones del emprendimiento y de la cultura emprendedora debido a los estudios basados en mujeres, sin embargo, no adopta de manera completa la orientación emprendedora, solo toma en cuenta algunas características que se pueden clasificar dentro de algunas dimensiones de esta. El estudio realizado examina cómo el género y la

forma en que se percibe la cultura emprendedora afecta el desarrollo de las mujeres mediante las múltiples etapas del emprendimiento.

Los resultados que encuentra Liñán et al. (2022) respaldan la idea que aquellas que demuestran características de género masculinas o andróginas poseen más probabilidad de embarcarse en carreras emprendedoras. Además, las mujeres con una orientación de género masculina se ven impulsadas en el emprendimiento cuando perciben una filosofía emprendedora favorable en un contexto específico. Sin embargo, para las mujeres con una orientación de género andrógina, la percepción cultural genera un efecto desfavorable en relación con su avance emprendedor. Los hallazgos ofrecen una contribución para enriquecer los saberes sobre cómo las mujeres tienen obstáculos para ejercer estrategias emprendedoras. A partir de estos hallazgos, se sugiere que el diálogo en torno al emprendimiento femenino debe expandirse para abordar plenamente la importancia de la orientación de género (Liñán et al., 2022).

Así mismo, se han identificado y recopilado una serie de investigaciones centradas en la innovación, teniendo en cuenta la orientación emprendedora y el género. Estas investigaciones representan un conjunto valioso de conocimientos para comprender cómo la innovación se relaciona con la dinámica empresarial y el emprendimiento. A su vez, se explora cómo el género puede influir en las decisiones estratégicas y en el impulso de iniciativas innovadoras dentro de las organizaciones. Mediante el análisis de estos trabajos de investigación, se visibilizan las relaciones complejas entre género e innovación, lo que permite un análisis más profundo de estos aspectos fundamentales para la investigación.

Anzules-Falcones y Novillo-Villegas (2023), investigaron cómo la orientación emprendedora se relaciona con la capacidad de innovación en pymes de la industria químico-farmacéutica. Los resultados revelan que una orientación emprendedora sólida potencia significativamente la capacidad de innovación de los tomadores de decisiones, al fomentar una actitud proactiva y la disposición para asumir riesgos estratégicos. Este comportamiento emprendedor facilita a las entidades

organizacionales se ajusten mejor a las variaciones del contexto empresarial y desarrollar modelos de negocio innovadores, lo que a su vez mejora su capacidad para innovar y competir a nivel internacional (Anzules-Falcones y Novillo-Villegas, 2023).

Por su parte, Makhloufi et al. (2021), considera el alcance de la capacidad absorptiva y la creación de conocimientos organizacionales en la habilidad de innovar dentro del marco de la orientación emprendedora en empresas argelinas. Los hallazgos muestran que la orientación emprendedora impacta de manera favorable en la capacidad de innovación, y que tanto la capacidad absorptiva como el aprendizaje organizacional actúan como mediadores en esta relación. Esto sugiere que una fuerte orientación emprendedora impulsa el aprendizaje y genera conocimiento que fortalece la capacidad de innovación, facilitando a los negocios desarrollar bienes novedosos y entrar en mercados de alto riesgo (Makhloufi et al., 2021).

Para Pala y Ayaydin (2023), es importante analizar los impactos moderadores de las variables del entorno ambiental en virtud de la orientación emprendedora, la capacidad de innovación y el rendimiento financiero de los negocios de Turquía. Los resultados de su investigación indican la existencia de una conexión de la orientación emprendedora con la capacidad de innovación, aunque no se observan efectos significativos en el rendimiento financiero. Los factores ambientales no muestran un impacto moderador significativo, subrayando la importancia de la orientación emprendedora en fomentar la capacidad de innovación independientemente de las condiciones ambientales (Pala y Ayaydin, 2023).

También Sánchez-García et al. (2022), analiza la influencia de la orientación emprendedora en la capacidad de innovación en compañías del ámbito energético en España, destacando el papel mediador de las interrelaciones emprendedoras y la aptitud para aprender. Los resultados muestran que una fuerte orientación emprendedora mejora directamente la capacidad de innovación, y que las redes emprendedoras y el aprendizaje organizacional fortalecen aún más esta relación. Las empresas con una sólida orientación emprendedora pueden aprovechar mejor

las redes externas y potenciar sus capacidades innovadoras, facilitando el progreso sostenible junto con el aporte de valor (Sánchez-García et al., 2022).

Además, Yu et al. (2023), examinan cómo la orientación emprendedora impacta la capacidad de innovación sostenible en nuevas corporaciones de China, utilizando la perspectiva del aprendizaje ambidiestro. Los hallazgos señalan que los elementos de la orientación emprendedora más analizados (toma de riesgos, proactividad e innovación) impactan de manera significativa en la capacidad de innovación sostenible. Además, la asimilación de saberes ambidiestra media parcialmente esta relación, sugiriendo que el equilibrio y la interacción en el aprendizaje son cruciales para desarrollar capacidades de innovación sostenible en nuevas empresas, proporcionando una base teórica para fomentar prácticas innovadoras duraderas (Yu et al., 2023).

Así mismo, para Vega et al. (2020) es importante estudiar la innovación a partir de la orientación emprendedora que existe en las empresas de tamaño pequeño y mediano de México. El estudio se da en función de los contextos actuales, donde los mercados se han vuelto altamente competitivos, y donde estas empresas enfrentan retos emergentes para mantener un buen rendimiento frente a esta competencia. Teniendo en cuenta que uno de los mayores retos consiste en la exigencia de mejorar su capacidad de innovación. Por lo tanto, surge la inquietud de analizar la orientación emprendedora de acuerdo a los atributos o dimensiones que la configuran, como la proactividad, el asumir riesgos y la innovación en las organizaciones de México.

La metodología llevada por Vega et al. (2020) radica principalmente en un enfoque cuantitativo. Este estudio no analiza como tal las diferencias entre mujeres y hombres que lideran las pymes, sin embargo, se encuentran hallazgos en la toma de riesgos y la proactividad, donde tienen un efecto significativo, mientras que la innovación ejerce una influencia favorable pero no significativo en la capacidad de innovación; asumiendo que las organizaciones manifiestan mayor propensión para asumir riesgos y que reaccionan de manera más efectiva a las tendencias y

cambios, lo que les permite alcanzar un mejor desempeño en términos de innovación y adaptación (Vega et al., 2020).

Por igual, el análisis basado en la orientación emprendedora y la innovación incluyen los estudios realizados por Sánchez-García et al. (2023), Valdez et al. (2019) y por Lutfi y Nupus, (2023). Estos tres aportes se abordan sin ejecutar una distinción por género al igual que Vega et. al. (2020), sin embargo, el estudio señala que la orientación emprendedora contribuye a la innovación. De esta manera, la investigación hecha por Sánchez-García et al. (2023) enfatiza el valor de la innovación en la academia, por lo que fija el propósito de examinar la conexión de la orientación emprendedora y la aptitud organizacional para innovar, tomando en cuenta también otros factores como el papel mediador que puedan desempeñar el rol de los recursos sociales y la aptitud de asimilación dentro de esta interacción.

Metodológicamente, Sánchez-García et al. (2023) utilizaron el modelado de ecuaciones estructurales, donde descubrieron que la orientación emprendedora impacta en su capacidad para innovar. Así mismo, de acuerdo con factores extra, se identifica que tanto los recursos sociales como la aptitud de asimilación, en su papel como variables, juegan un papel mediador en esta relación. De esta manera, se concluye de acuerdo con el estudio que las organizaciones tienen la capacidad de potenciar su habilidad para innovar al cultivar un entorno emprendedor interno que motive a todos los miembros de la empresa a identificar y aprovechar posibilidades comerciales. Esto puede fomentar la creación de extensas conexiones estratégicas y el potencial de la empresa para asimilar nuevos conocimientos; esto podría llevar a un aumento en su capacidad de innovación (Sánchez-García et al., 2023).

En virtud de la similitud en línea con los objetivos definidos y con la problemática de esta investigación, se presenta el estudio realizado por Hurtado et al. (2007) quienes analizan cómo el entorno cultural de un país influye en la orientación emprendedora y los logros en la innovación de productos en negocios farmacéuticos. Los resultados indican que una mayor distancia en el poder debilita esta relación,

mientras que una mayor aversión a la incertidumbre y un mayor individualismo la fortalecen. Además, se observa que la predominancia de valores femeninos o masculinos en una cultura no impacta la conexión entre la orientación emprendedora y los hallazgos en la innovación de productos.

A partir del estudio previo, la masculinidad se define como el grado de predominio de los valores asociados al perfil masculino o femenino en una sociedad; los valores masculinos se relacionan con características como ambición, competitividad y materialismo, mientras que los valores femeninos se asocian con la modestia, humildad y responsabilidad. Por tal motivo, Hurtado et al. (2007) establecen entre sus hipótesis que se espera que la presencia de valores masculinos refuerce la conexión de la orientación emprendedora con la innovación. Sin embargo, de acuerdo con los hallazgos se determinó que la asociación de la orientación emprendedora y el factor de masculinidad no mostró relevancia relevante. Esto sugiere que el predominio de valores femeninos o masculinos en una cultura no impacta la influencia entre la orientación emprendedora y los efectos de la innovación en productos.

Por su parte, Valdez et al. (2019) identifican que la internacionalización ha permitido que las economías crezcan, por lo que surge la importancia de que las pymes desarrollen estrategias que permitan fortalecer su competitividad; esto se realiza por medio de la orientación emprendedora, la innovación, la investigación y la implementación de estrategias de mercado. Por tal motivo, el objetivo del estudio se encamina a examinar si las habilidades flexibles y la orientación emprendedora ejercen un impacto en las labores innovadoras y los rendimientos económicos que se manifiestan en las empresas. Este estudio se centra en pymes ubicadas en México; obteniendo información mediante un cuestionario orientado a los gerentes de estas empresas (Valdez et al., 2019).

De acuerdo con Valdez et al. (2019) y llevando a cabo un análisis mediante ecuaciones estructurales; encontró que las habilidades dinámicas tienen un efecto importante en la orientación emprendedora, en el contexto de proyectos creativos

así como en los beneficios económicos de las organizaciones. Asimismo, se indica que la orientación emprendedora y las acciones innovadoras ejercen una influencia significativa en rendimientos financieros de las pymes; y de forma específica, se comprueba que la orientación de estas compañías aportan significativamente a las iniciativas de innovación.

Así mismo, Lutfi y Nopus, (2023) exploran enfoques para potenciar el desempeño en marketing mediante la innovación de productos y la colaboración en la creación de valor; de esta forma se enfocan en el problema que radica en el escaso nivel de rendimiento de las pymes; de esta manera, estudian la orientación emprendedora y la innovación. Al igual que investigaciones previas, este estudio analiza las variables mediante las ecuaciones estructurales y aplica un enfoque de muestreo aleatorio, analizando las respuestas de 90 encuestados.

Los hallazgos encuentran que la orientación emprendedora impacta de manera significativa mediante la generación de innovaciones en productos. Esto implica que, a medida que las pymes innovan productos, también mejoran su orientación emprendedora. Estos hallazgos respaldan la hipótesis establecida y concuerdan con investigaciones previas, que sostienen que la orientación emprendedora juega un rol mejorando la innovación de bienes. De acuerdo con las respuestas, se destaca que la mejora en la innovación de productos se logra al mantener una disposición para operar de forma independiente, mostrar una inclinación hacia la innovación y estar dispuesto a enfrentar riesgos (Lutfi y Nopus, 2023).

Por otro lado, se han realizado aportaciones que investigan el impacto el género del emprendedor en específico en las áreas de innovación, tomando en cuenta las pequeñas empresas; como el estudio brindado por Zastempowski y Cyfert (2021). Los autores toman la perspectiva de las pymes para analizar la innovación, en especial a las mujeres como uno de los elementos clave que puede afectar al desarrollo innovador de bienes y procedimientos. Los datos trabajados se derivan de un estudio empírico que se ejecutó en 1017 pymes de Polonia. Desde la investigación se subraya la presencia de tres categorías de factores que podrían

ejerger influencia en la capacidad de innovación de estos pequeños negocios. Estas categorías abarcan el género del empresario, la habilidad de gestión en cuanto a la innovación y las características propias de la empresa (Zastempowski y Cyfert, 2021).

En función de los hallazgos, se destaca que las mujeres ejercen un efecto positivo en el desarrollo innovador de bienes y procedimientos al interior de las empresas. En el conjunto de pequeñas empresas lideradas por mujeres empresarias, se constata que las probabilidades de implementar innovaciones en productos son un 83.7% más altas, en innovaciones de procesos un 56% más altas, y en el caso de innovaciones abarcando tanto productos como procesos, las probabilidades son un 82.1% mayores. Por igual, entre las conclusiones se encuentra que la habilidad para gestionar la innovación incide en la capacidad de innovación de pequeñas empresas (Zastempowski y Cyfert, 2021).

Así mismo, Liberda y Zajkowska (2017), estudian la innovación y las políticas de emprendimiento tomando en cuenta la promoción de la paridad de mujeres y hombres. Las autoras consideran que la desigualdad que existe por el género representa un impedimento para el progreso de la economía, ya que limita la utilización del conjunto completo de talentos disponibles en la producción, debido a un acceso desigual en las áreas educativas, en el trabajo, la iniciativa empresarial y el desarrollo de innovaciones. De esta manera, exponen que la investigación sobre políticas relacionadas con el emprendimiento, la innovación y el género son importantes para la aplicación de políticas que reduzcan las pérdidas de bienestar causadas por la desigualdad de género (Liberda y Zajkowska, 2017).

De esta forma, de acuerdo con Liberda y Zajkowska (2017) surge el propósito de analizar de qué manera las políticas de innovación y emprendimiento en Europa consideran la igualdad de género; la cuestión que se plantean es si estas políticas están enfocadas en el género, si son imparciales en cuanto al género o si, de manera indirecta, pueden tener efectos discriminatorios basados en el género, enfocándose en la convergencia de los sectores de la innovación, la iniciativa

empresarial y el género. Entre los hallazgos se encuentra que las políticas de innovación y emprendimiento carecen de una perspectiva de género. En Europa, estas políticas se centran principalmente en industrias que están predominantemente dirigidas por hombres. Las autoras resaltan lo necesario que es que las políticas orientadas con el emprendimiento y el innovar, basadas en la evidencia científica, incorporen la perspectiva de género como un componente estructural fundamental (Liberda y Zajkowska, 2017).

A su vez, Bathia et al. (2019), exploran la influencia de las acciones a favor de la justicia en las relaciones de género en la capacidad de innovación en las compañías, utilizando el Índice de Innovación de Berkeley para medir las capacidades innovadoras. Los resultados indican que, en los niveles iniciales y medios, los hombres suelen tener una capacidad de innovación superior a la de las mujeres. Sin embargo, esta tendencia se invierte en el nivel ejecutivo, donde las mujeres muestran una mayor capacidad de innovación que sus contrapartes masculinas. Este hallazgo destaca la presencia de inequidades vinculadas al género en la innovación, que se amplía a medida que los individuos progresan en sus carreras. Además, la investigación sugiere que la percepción de superioridad innovadora de los hombres en roles directivos es un sesgo erróneo, subrayando la trascendencia de la pluralidad de género en posiciones de liderazgo para potenciar el desarrollo innovador organizacional (Bathia et al., 2019).

De la misma manera, se resalta la importancia en torno a la equidad de género en la promoción del emprendimiento y de la innovación. Veckalne y Tambovceva (2023) explican que fomentar la innovación y la iniciativa empresarial es vital para el progreso económico, y la igualdad de género en este ámbito puede ser de gran importancia para este avance. Sin embargo, las mujeres siguen enfrentando diversos obstáculos al iniciar y hacer crecer sus empresas, que abarcan desde la restricción en su acceso a mercados, tecnología, redes y financiamiento. Así mismo, identifican que la marginación por razones de género y la insuficiencia de igualdad cumplen una función esencial en la conformación de entornos

empresariales, limitando las oportunidades para las mujeres y obstaculizando su capacidad para innovar y generar valor.

Aunado a lo anterior, los obstáculos no solo incluyen la falta de acceso a recursos, sino que también abarcan normas y prejuicios profundamente arraigados en la sociedad que afectan de manera desproporcionada a las mujeres. La investigación expone que se pueden diseñar acciones que permitan contribuir a las mujeres a superar estos desafíos y prosperar en el mundo empresarial. El análisis destaca la necesidad de una estrategia holística que contemple el lado de la oferta como de la demanda del problema con la intención de fortalecer la equidad en las condiciones del emprendimiento y la innovación. Esto implica combatir el prejuicio y la discriminación de género en el ecosistema empresarial, implementar medidas para incrementar la apertura para que las mujeres tomen parte en los mercados, la tecnología y la financiación, y fomentar un entorno que apoye el crecimiento y desarrollo de las mujeres como emprendedoras (Veckalne y Tambovceva, 2023).

En virtud, de la continuidad en relación con los estudios de género inmersos en las investigaciones con relación a la innovación, también se encuentran los aportes realizados por Ruiz et al. (2019), quienes a través del aspecto financiero examinan cómo se desarrolla la transformación innovadora en las pequeñas y medianas empresas, pero tomando en cuenta la perspectiva de género. Por tal motivo, la investigación se enfoca en examinar cómo las flexibilidades en las limitaciones financieras afecta la innovación en las empresas mencionadas anteriormente, destacando las discrepancias que pueden existir desde una perspectiva de género, es decir, teniendo en cuenta datos desagregados para mujeres y hombres.

Los hallazgos respaldan la idea de que una mejora en las condiciones de financiamiento genera un efecto beneficioso para la innovación, tanto tecnológica como de gestión, en las pymes. Así mismo, destacan que este efecto es considerablemente más pronunciado en las organizaciones lideradas por mujeres, lo que subraya la importancia del papel de acuerdo con género de la alta dirección en esta relación. En otras palabras, las empresas lideradas por mujeres muestran

una mayor sensibilidad a las condiciones respecto a la disponibilidad de financiamiento a través de bancos en términos de impulsar la innovación. Estas diferencias pueden ser atribuibles a las formas distintas en que mujeres y hombres abordan la innovación, pero también pueden estar relacionadas con las presiones externas derivadas de estereotipos de género (Ruiz et al., 2019).

Por otra parte, es conveniente señalar la existencia de estudios que abordan algunas de las características que son similares a la orientación emprendedora y a la innovación, sin embargo su enfoque es distinto, ya que no toman en cuenta la relación entre estos dos constructos (Zhang et al., 2009; Díaz et al., 2010; Kwong et al., 2012; Lee y Marvel, 2014; Shneor y Jenssen, 2015; Pérez-Quintana et al., 2017; Yurrebaso et al., 2020). Sin embargo, estas investigaciones aportan perspectivas sobre cómo algunos aspectos, como el género y otras actividades empresariales, pueden influir en el ejercicio del proceso decisional en función de características propias de la innovación y de la orientación emprendedora.

3.5 Escalas de medición para la orientación emprendedora

A través de la revisión de la literatura es fácil identificar que distintos estudios han investigado y trabajado la interacción de la orientación emprendedora con otras variables de estudio. De esta manera, en este apartado, se abordan algunas de las técnicas de medición utilizadas en la valorización de la orientación emprendedora. Estas escalas se han elaborado con la finalidad de evaluar aspectos clave de la orientación emprendedora en individuos y organizaciones. Al tener en cuenta cómo se miden estos elementos, se puede tener una visión más precisa de la presencia y fuerza que tienen las dimensiones de esta orientación; como lo es la innovación, la proactividad, la toma de riesgos, la autonomía y la agresividad competitiva.

De la misma manera, se puede asumir que existen dos vertientes en las que se elaboran y aplican las escalas de medición, aquellas donde solo se toman en cuenta las dimensiones propuestas por Miller (1983), como lo es la proactividad, la toma de riesgos y la innovación; y aquellas que además incorporan Lumpkin y Dess (1996),

siendo los constructos de autonomía y agresividad competitiva. Desde esta perspectiva, las dos vertientes también se caracterizan de acuerdo a su correlación entre dimensiones; por ejemplo, de acuerdo con Covin y Slevin (1989), para que se cumpla una orientación emprendedora todas las dimensiones deben estar positivamente correlacionadas, es decir, se debe tener un nivel elevado de acuerdo a las dimensiones de innovación, toma de riesgos y proactividad para que se pueda hablar de orientación emprendedora, ya que resulta esencial obtener un alto estándar en estas variables para fomentar grado elevado en las demás (Arzubiaga et al., 2012).

De acuerdo con Arzubiaga et al., (2012) hay un sector académico que reconoce la orientación emprendedora como un concepto multidimensional; según estos autores las diversas dimensiones de la orientación emprendedora no requieren estar interrelacionadas para clasificar a una empresa como emprendedora; estos fundamentos se encuentran en concordancia con los propuesto por Lumpkin y Dess (1996). Es decir, argumentan que una empresa puede destacar en ciertas dimensiones mientras presenta menores resultados en otras, lo cual dependerá de factores específicos del entorno sin que ello afecte su carácter emprendedor. (Arzubiaga et al., 2012; Lumpkin y Dess, 1996).

Es fundamental resaltar que, al examinar los estudios previos, se identifica que son mayormente estudios empíricos los que abordan a la orientación emprendedora a partir de las escalas que únicamente miden las tres áreas sugeridas por Miller (1983) y que comenzaron a ser desarrolladas por Covin y Slevin (1989), siendo la innovación, la proactividad y la toma de riesgos el interés de varios académicos para medir la orientación emprendedora en sus estudios (Covin y Slevin, 1989; Knight, 1997; Lee et al., 2001; Moreno y Casillas, 2008; Tang et al., 2008; Runyan et al., 2012; Casillas et al., 2010) por mencionar algunos.

En contraparte, también se han realizado diversos estudios desde la academia en donde se toman en cuenta múltiples dimensiones de la orientación emprendedora, superando las tres principales, añadiendo también la autonomía y la agresividad

competitiva. Como se menciona anteriormente, estas escalas emanan de los aportes de Lumpkin y Dess (1996), teniendo en cuenta que en el análisis de estas dimensiones se realiza de manera multidimensional. Estos instrumentos de medición toman en consideración aspectos adicionales, como la autonomía y la disposición de la empresa a competir de manera agresiva en el mercado. Estos elementos se convierten en elementos fundamentales para comprender con mayor precisión y enriquecedora la orientación emprendedora de las organizaciones.

Este enfoque multidimensional favorece el análisis de la orientación emprendedora, ya que captura la amplitud y el grado de complejidad de este constructo. Al considerar una gama más amplia de dimensiones, se pueden identificar y analizar matices y variaciones que reflejan otro enfoque de la realidad de las empresas, tomando en cuenta la innovación, la proactividad, la toma de riesgos, la autonomía y la agresividad competitiva; esta diversidad de dimensiones brinda una perspectiva más detallada acerca de cómo las empresas pueden manifestar o no su orientación emprendedora en diferentes contextos y situaciones. De esta manera, la siguiente tabla muestra algunas escalas que toman en cuenta estas dimensiones adicionales, teniendo en cuenta el número de ítems y las dimensiones que aborda:

Tabla 3

Escalas de medición de la Orientación Emprendedora con más de tres dimensiones.

Autor	Número de ítems	Dimensiones
Lumpkin y Dess (2001)	11	Proactividad, Innovación, Toma de riesgos, Agresividad competitiva.

Hughes y Morgan (2007)	18	Proactividad, Innovación, Toma de riesgos, Agresividad competitiva, Autonomía.
Wang (2008)	11	Proactividad, Innovación, Toma de riesgos, Agresividad competitiva.
Lumpkin et al. (2009)	22	Proactividad, Innovación, Toma de riesgos, Agresividad competitiva, Autonomía.

Nota: Análisis propio fundamentado en la información de los autores mencionados.

La Tabla 3 muestra varias escalas de medición de la orientación emprendedora que van más allá de las tres dimensiones convencionales. Cada escala consta de una cantidad variable de elementos e incluye dimensiones adicionales, enriqueciendo así el análisis de la orientación emprendedora en las organizaciones. Lumpkin y Dess (2001), presentan una escala de 11 elementos que incorpora las dimensiones de proactividad, innovación, toma de riesgos y agresividad competitiva. De estos, 2 ítems están relacionados con la proactividad, uno se basa en el aporte de Covin y Slevin (1989), y otro es aporte del autor. Además, se incluyen 3 ítems para la dimensión de innovación, basados en la escala de Covin y Slevin (1989). Para la toma de riesgos, se utilizan 3 ítems de Covin y Slevin (1989), y finalmente, para la agresividad competitiva, se incorporan 2 ítems de contribución propia (Arzubiaga et al., 2012).

Así mismo, Lumpkin et al. (2009) presentan una escala con 22 ítems, que incluye proactividad, innovación, toma de riesgos, agresividad competitiva y autonomía. En este caso, 8 ítems se refieren a la autonomía y son de contribución propia. También se utilizan 3 ítems basados en la dimensión de innovación de Covin y Slevin (1989) y 2 de Lumpkin (1989). La proactividad se mide con 3 ítems basados en Covin y Slevin (1989) y 1 de Lumpkin y Dess (2001). Para la toma de riesgos, se emplean 3 ítems de contribución propia. De la misma manera, Hughes y Morgan (2007)

presentan una escala de 18 ítems que abarca los elementos de proactividad, innovación, toma de riesgos, agresividad competitiva y autonomía. Todos los ítems son de contribución propia.

Finalmente, Wang (2008), presenta una escala de 11 ítems que abarcan a la proactividad, innovación, toma de riesgos y agresividad competitiva. La proactividad se basa en Miller (1983) y Covin y Slevin (1989). La evaluación de la agresividad competitiva se realiza empleando el instrumento planteado por Lumpkin y Dess (1996). Estas escalas de medición permiten una comprensión de la orientación emprendedora en las corporaciones, teniendo en cuenta constructos complementarios como la autonomía y la agresividad competitiva, enriqueciendo la investigación en este campo.

Para la investigación, se ha optado por utilizar el enfoque propuesto por Miller (1983), con adaptaciones de Covin y Slevin (1991) y de Lumpkin y Dess (2009), el cual incorpora los cinco elementos de la orientación emprendedora, a saber: proactividad, innovación, toma de riesgos, agresividad competitiva y autonomía. Esta elección se ajusta perfectamente a los objetivos de este estudio, ya que permite una evaluación exhaustiva de cómo las empresas expresan su orientación emprendedora y cómo esta se vincula con la innovación. Al abordar estas cinco dimensiones, la investigación no solo se centra en aspectos como la innovación, la toma de riesgos y la proactividad, sino que también tiene en cuenta factores como la agresividad competitiva y la autonomía, dimensiones necesarias para comprender cómo las organizaciones enfrentan los desafíos y aprovechan las oportunidades en su entorno empresarial.

3.6 Escalas de medición para la capacidad de innovación

La relevancia de la innovación como elemento esencial en el desarrollo de las empresas es indiscutible, por eso es necesario identificar los instrumentos que evalúan la capacidad de innovación, así como las herramientas que han sido desarrolladas para capturar la esencia de esta variable. Esta sección explora

algunas de las escalas de medición aplicadas en estudios de las ciencias administrativas y empresariales para evaluar la capacidad de innovación. Estas escalas abordan diversos aspectos, cada una ofreciendo una perspectiva distinta; esto contribuye a un enriquecimiento más completo de cómo las organizaciones abordan y fomentan la innovación en cada uno de sus contextos.

De esta manera, diversos autores han establecido ciertas escalas para medir la innovación, desde diferentes perspectivas que abonan al estudio del mismo constructo. La siguiente tabla identifica algunos de los aportes que abordan el cómo medir la innovación:

Tabla 4

Aportes de escalas de medición para la Capacidad de Innovación.

Autor	Número de ítems	Descripción
Liao et al. (2007)	19 ítems divididos en tres secciones.	La escala proporciona una evaluación de la capacidad de innovación de una organización, abordando aspectos vinculados a la elaboración de productos y servicios innovadores, la generación de beneficios a través de innovaciones, la prontitud para lanzar productos al mercado frente a competidores, entre otros aspectos. Cada afirmación proporciona un indicador de la orientación e impacto de la innovación en las empresas, desde la fase de creación hasta la ejecución y gestión de cambios organizativos.
Akman y Yilmaz (2008)	6 ítems	Entre diversos constructos destaca la capacidad de innovación y el avance en la

Camisón y López (2014)	<p>Villar- Capacidad de innovación de productos: 5 ítems</p> <p>Capacidad de innovación de procesos: 11 ítems</p>	<p>obtención de innovaciones. De acuerdo con la primera de estas opciones, evalúa la cultura organizativa que respalda la innovación, la efectividad en aplicar conocimientos al diseño de productos y la agilidad para adaptarse a transformaciones del mercado, el apoyo a los empleados en actividades innovadoras, la evaluación continua de nuevas ideas y la adaptabilidad a cambios ambientales mediante mejoras rápidas.</p> <p>Los autores manejan diversos constructos de la innovación, entre ellos abordan la capacidad de innovación de bienes y procedimientos. Los elementos se miden en una escala de 1 a 7, donde 1 se manifiesta de acuerdo con cuestionamiento “mucho peor” y el 7 “mucho mejor”.</p> <p>Las métricas están enfocadas en medir distintas habilidades de innovación y eficiencia en la administración de procesos empresariales. La capacidad de innovación en productos considera la aptitud de la organización para sustituir productos desactualizados, diversificar su oferta, crear productos ecológicos, optimizar el diseño y acortar los tiempos de desarrollo de nuevos productos. En cuanto a la innovación de procesos, focalizada en la destreza de la empresa para construir y manejar un portafolio de tecnologías interconectadas, así como en</p>
------------------------	---	---

			dominar tecnologías esenciales, entre otras competencias
Najafi-Tavani et al. (2018)	Capacidad de innovación productos: 5 ítems Capacidad de innovación procesos: 10 ítems	de de	El abordaje es a partir de la capacidad de innovación para procedimientos y bienes. La primera se enfoca en la habilidad para sustituir productos desactualizados, expandir la variedad de productos, crear opciones sostenibles, optimizar el diseño y acortar el tiempo necesario para desarrollar nuevos productos. Por otro lado, la segunda, evalúa la gestión de tecnologías interrelacionadas, el dominio de tecnologías clave, la implementación de iniciativas destinadas a disminuir los gastos de fabricación, la posesión de conocimientos valiosos para innovar en procesos manufactureros y tecnológicos, y la eficiente gestión de la producción y los recursos.

Nota: Análisis propio fundamentado en la información de los autores mencionados.

La Tabla 4 demuestra que diferentes autores han formulado instrumentos de medición para valorizar la capacidad de innovación en las organizaciones, centrándose en aspectos específicos como la innovación en productos y procesos. La escala de Liao et al. (2007) presenta una evaluación integral de la capacidad de innovación, abordando desde la formulación de mercancías inéditas hasta la implementación y gestión de cambios organizativos. Por otro lado, la herramienta de Akman y Yilmaz (2008) destaca la capacidad de innovación y el logro de innovaciones, centrándose en aspectos como la cultura organizativa, la eficiencia en el uso de conocimientos y la adaptabilidad a cambios ambientales.

Las escalas propuestas por Camisón y Villar-López (2014) y Najafi-Tavani et al. (2018) se enfocan en evaluar la capacidad de innovación en virtud de bienes y

procedimientos. Para la presente investigación, se utiliza el instrumento proporcionado por Akman y Yilmaz (2008) para determinar la capacidad de innovación, esto brindará una perspectiva específica sobre la cultura organizativa, la eficiencia en el uso de conocimientos y la adaptabilidad a cambios ambientales en el entorno de la transformación innovadora en los negocios.

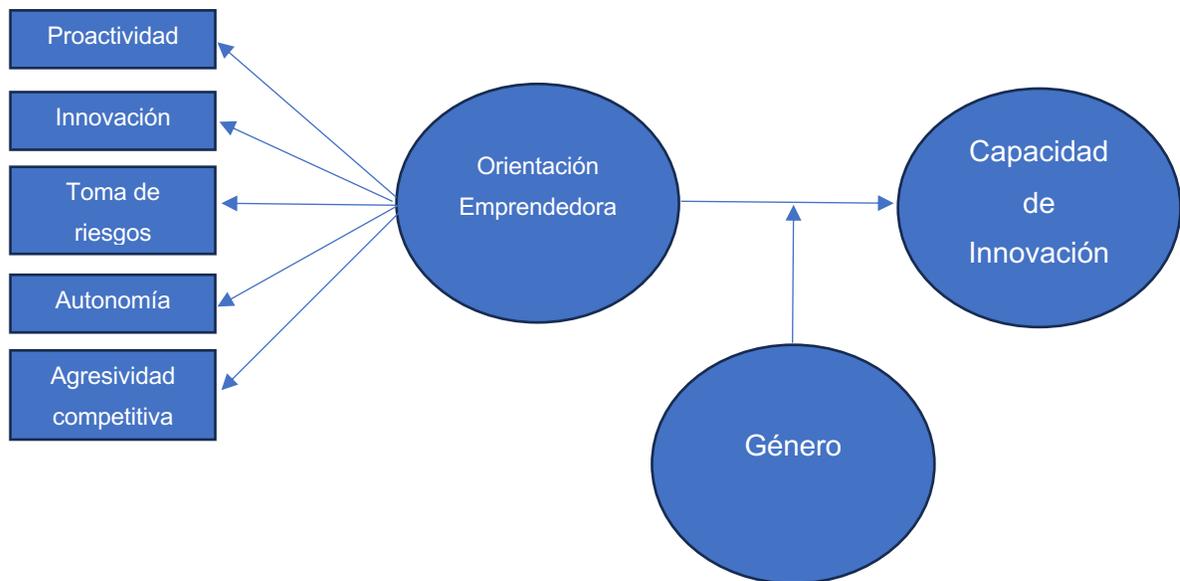
De esta manera, la amplitud de investigaciones existentes destaca la diversidad de dimensiones y su impacto directo en el desempeño, mostrando que, elementos como la cultura, el género y las competencias organizativas moldean la innovación. Hasta este punto, la presente investigación ha sentado los cimientos teóricos que desentrañan esta compleja interacción, dando pauta al camino para la obtención y el posterior examen de la información. Esta aproximación integral pretende no solo profundizar en la comprensión de estos vínculos, sino también ofrecer una perspectiva renovada que permita abordar los desafíos y problemáticas actuales en el contexto empresarial desde una óptica más inclusiva y diversa.

3.7 Modelo conceptual

En este apartado, se explora la propuesta de un modelo conceptual relacionado con la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes de Aguascalientes. Esta sección tiene como objetivo sustentar y reforzar un soporte para la hipótesis, con la intención de verificar la presencia o ausencia de diferencias significativas en la conexión de la orientación emprendedora con la capacidad de innovación, considerando la alta gerencia que dirige estas pymes por su género. La propuesta del modelo conceptual es el siguiente:

Ilustración 1

Propuesta de modelo para la relación entre Orientación Emprendedora y Capacidad de Innovación en virtud del género del gerente de la pyme.



Nota: Creación original basada en las obras de los autores de las Tablas 3 y 4.

Los estudios previamente mencionados cumplen una función clave en la elaboración del modelo de hipótesis, ya que proporcionan valiosas perspectivas en virtud de la orientación emprendedora vinculada a las investigaciones de género y la innovación en el marco de las pequeñas y medianas organizaciones. Estas investigaciones contribuyen significativamente al entendimiento de cómo la orientación emprendedora se entrelaza con el género de los equipos fundadores, así como su impacto en la capacidad innovadora de las pymes. A medida que exploramos estas dimensiones y sus interacciones, se revela una imagen más completa y matizada de los aspectos que impactan el proceso innovador en las organizaciones más pequeñas, lo cual sirve como base para la definición de hipótesis y la estructuración del diseño investigativo.

Existen estudios que evidencian diferencias significativas a partir de la percepción de hombres y mujeres de acuerdo con la orientación emprendedora, señalando que estos sesgos de género pueden generar brechas de desigualdad dentro de las pymes. Diversos autores (Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez, 2012; Reyes et al., 2014; Pérez-Quintana, 2019; Álvarez, 2019; Liñán et al., 2022; Gorostiaga et al., 2023; Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco, 2023; Yusuf et al., 2024 y Vargas-Pérez et al., 2024) han documentado que las mujeres y los hombres en la alta gerencia presentan variaciones en su propensión a tomar riesgos, ser proactivos e innovar, y en su caso por igual en su agresividad competitiva y en su autonomía. Estos hallazgos refuerzan el modelo propuesto en este estudio, donde se sugiere que la orientación emprendedora constituye un elemento decisivo para diversas actividades empresariales, entre ellas la innovación, diferenciando el género de la alta gerencia.

En la revisión de estos artículos relacionados con la orientación emprendedora y el vínculo con indicadores de género, se destacan varios hallazgos significativos. Algunos de estos estudios, por ejemplo, sugieren que la orientación emprendedora incide de manera positiva con los parámetros de eficacia empresarial, como se observa en los hallazgos de Fuentes et al. (2009) y Martins et al. (2012). Esto indica que una mayor nivel de orientación emprendedora, en términos de dimensiones de ser proactivo, en innovación y asunción de riesgos, se asocia con un mejor rendimiento desde una perspectiva económica y financiera.

El trabajo investigativo de Reyes et al. (2014) revela variaciones notables en las conductas emprendedoras de la orientación emprendedora en virtud de ser hombre o mujer. Se evidencia que éstas últimas tienden a ser más cautelosas en cuanto a la asunción de riesgos y, en general, se perciben como menos inclinadas hacia la innovación en comparación con sus contrapartes masculinas. Sin embargo, un aspecto interesante es que en la dimensión de proactividad, las mujeres tienden a estar más relacionadas con cualidades como la responsabilidad, la disciplina y la independencia, mientras que los hombres se asocian con mayor frecuencia a la iniciativa y la búsqueda de posiciones de liderazgo.

Tenner y Hörisch (2021) exploran la orientación emprendedora y la pluralidad de género en los grupos empresariales fundadores. Este trabajo reveló un resultado interesante: la orientación emprendedora no estaba necesariamente vinculada a la proporción de miembros femeninos en el equipo fundador, sino más bien con la diversidad de género presente. Estos hallazgos enfatizan la relevancia de considerar no solo la presencia de mujeres en los equipos, sino también la variedad de género en sí misma, al analizar la conexión existente en la orientación emprendedora con la capacidad de innovar.

Así mismo, el estudio de Liñán et al. (2022) añade otra perspectiva al panorama. Liñán y colaboradores sugieren que las mujeres con una orientación de género más neutral o asociada a rasgos tradicionalmente considerados masculinos tienen una mayor probabilidad de emprender carreras empresariales. Esto implica que tanto la orientación emprendedora como la percepción de género son importantes para tomar decisiones vinculadas al emprender. Estos hallazgos destacan la necesidad de analizar el impacto de las variables de género en la orientación emprendedora y su conexión con la innovación de las empresas.

Igualmente, se revelan diversas tendencias en la interacción de hombres y mujeres de acuerdo a los elementos de la orientación emprendedora. Yusuf et al. (2024) investigaron los factores socioeconómicos y motivacionales asociados a la orientación emprendedora, hallando que las mujeres demuestran una mayor disposición para emprender comparado con sus contrapartes hombres, impulsadas por la autoeficacia y el bienestar social. Similarmente, Vargas-Pérez et al. (2024) encontró que los hombres universitarios tienden a ser más susceptibles a tomar riesgos y ser competitivos, mientras que las mujeres destacan en innovación. En paralelo, Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco (2023) observaron que los gerentes masculinos en la industria manufacturera de Aguascalientes, México, tienen una mayor inclinación para innovar y asumir riesgos en comparación con sus contrapartes femeninas, quienes prefieren la estabilidad.

Así mismo, un estudio realizado por Bathia et al. (2019) ha revelado variaciones notables entre mujeres y hombres de acuerdo con la capacidad de innovación. La investigación analiza cómo la innovación se afecta cuando una empresa pasa de tener predominantemente hombres en los principales sectores de responsabilidad a una distribución más equitativa de géneros. Utilizando herramientas psicométricas, los autores demuestran que las capacidades de innovación varían significativamente según el género, destacando que en niveles iniciales y medios los hombres suelen mostrar una mayor capacidad de innovación. Sin embargo, en niveles de experticia, las mujeres tienden a superar a los hombres en esta capacidad. Estos hallazgos enfatizan la relevancia de integrar la pluralidad de género en posiciones directivas y los impactos positivos que puede tener en la innovación empresarial.

Estos autores aportan al modelo propuesto en esta investigación, que plantea diferencias entre géneros de acuerdo en la capacidad de innovación. Es esencial comprender cómo estas diferencias de género pueden influir en la efectividad de las estrategias de orientación emprendedora para maximizar el potencial innovador en las pymes. Este enfoque proporciona una perspectiva integral de la influencia del género en la capacidad de innovación, así como visibilizar la importancia de promover una inclusión más amplia de género en los roles directivos para impulsar la innovación empresarial.

Por otra parte, numerosos estudios han investigado la relación entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación (Valdez et al., 2019; Vega et al., 2020; Makhoulfi et al., 2021; Sánchez-García et al., 2022; Anzules-Falcones y Novillo-Villegas, 2023; Lutfi y Nupus, 2023; Pala y Ayaydin, 2023; Sánchez-García et al., 2023; Yu et al., 2023), identificando que la primera de estas tiene una influencia en la percepción de la segunda. La orientación emprendedora, conformada por sus diferentes dimensiones, ha sido identificada en calidad de factor clave que potencia significativamente la capacidad de las organizaciones para innovar. Este enfoque no solo promueve una actitud proactiva y la apertura para enfrentar riesgos estratégicos, además de que favorece la flexibilidad a raíz de las modificaciones en

el contexto empresarial y la evolución de modelos de negocio originales. Las conclusiones de estas investigaciones refuerzan el modelo sugerido en este estudio, que postula que una fuerte orientación emprendedora puede conducir a una capacidad de innovación más elevada en las organizaciones.

Los estudios revisados con anterioridad aportan al modelo propuesto en la forma en que la orientación emprendedora explica la capacidad de innovación de las pymes. Anzules-Falcones y Novillo-Villegas (2023) demuestran, a través de un análisis holístico en industrias químico-farmacéuticas, que la orientación emprendedora, junto con la flexibilidad y las externalidades, promueve la capacidad de innovación y liderazgo organizacional. Su investigación destaca cómo la proactividad y la disposición de asumir riesgos, componentes claves de la orientación emprendedora, están directamente vinculados a mayores niveles para innovar.

Makhloufi et al. (2021), por su parte, enfatizan que la capacidad absorptiva y el aprendizaje organizacional son mediadores significativos de acuerdo a la conexión de la orientación emprendedora con la capacidad de innovación. Sus hallazgos sugieren que aquellas empresas orientadas hacia el emprendimiento no solo desarrollan innovaciones internas, sino que también están mejor preparadas para aprovechar las oportunidades externas, lo que fortalece sus capacidades innovadoras y su presencia en mercados riesgosos.

Pala y Ayaydin (2023) encuentran una influencia de la orientación emprendedora con la capacidad de innovación en su estudio analizando empresas turcas. A pesar de no encontrar una conexión directa con el rendimiento financiero, sus conclusiones afirman que la orientación emprendedora impulsa la innovación dentro de las organizaciones, respaldando la idea sobre los componentes como la innovación, proactividad y el asumir riesgos son esenciales para desarrollar capacidades innovadoras.

Sánchez-García et al. (2022) y Yu et al. (2023), confirman la relevancia de la orientación emprendedora en el fortalecimiento de la capacidad de innovación. Sánchez-García et al. (2022) muestran que una sólida orientación emprendedora,

combinada con redes emprendedoras y capacidades de aprendizaje, impulsa la innovación en las compañías del energético. Por su parte, Yu et al. (2023) destacan que la orientación emprendedora genera un efecto favorable en la innovación sostenible de las empresas emergentes chinas, mediada por el aprendizaje ambidiestro, lo que subraya la relevancia de conservar un balance entre la investigación y el aprovechamiento en el aprendizaje organizacional.

Estos estudios brindan una base teórica y empírica para el modelo propuesto, evidenciando que la orientación emprendedora es un factor determinante de la capacidad de innovación de las pymes (Anzules-Falcones y Novillo-Villegas, 2023; Makhoulfi et al., 2021; Pala y Ayaydin, 2023; Sánchez-García et al., 2022; Yu et al., 2023). Las investigaciones revisadas destacan que las corporaciones con una orientación emprendedora fuerte se equipan de mejor manera para identificar y explotar ventajas innovadoras, lo que les permite mantenerse competitivas en entornos dinámicos y volátiles. Además, la capacidad de estas empresas para integrar aprendizajes organizacionales y capacidades absorptivas refuerza su potencial innovador al armonizar los recursos internos con las oportunidades externas.

Por su parte, Vega et al. (2020) se enfocan en determinar cómo se relacionan la orientación emprendedora y la innovación dentro de las pymes. Sus descubrimientos pusieron de manifiesto que dos de los tres elementos que caracterizan a la orientación emprendedora, como el asumir riesgos y ser proactivos, tenían un resultado eficiente en la innovación. Aunque la capacidad de innovación también tenía un impacto positivo, no alcanzaba significación estadística. Sin embargo, este estudio no exploró directamente la variable de género, dejando un espacio importante para investigaciones futuras que analicen cómo el género puede influir en esta relación.

Alineándose con el enfoque de investigación estudiado por Vega et al. (2020), los aportes de Sánchez-García et al. (2023), Valdez et al. (2019), y Lutfi y Nupus (2023), se centran en evaluar el vínculo que existe de la orientación emprendedora con la

innovación en diferentes contextos, sin hacer distinciones por género. Aunque no se abordan específicamente diferencias de género en los resultados, estos estudios aportan información del efecto de la orientación emprendedora sobre la innovación, independientemente del género de la alta gerencia de las pymes.

La investigación de Sánchez-García et al. (2023) tiene como objeto de estudio la conexión en la interacción de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación, considerando otras variables. Sus hallazgos revelan que la orientación emprendedora ejerce un impacto favorable en la capacidad de innovación. Además, sugieren que el capital social y la habilidad para captar pueden mediar en este vínculo. Por otro lado, Valdez et al. (2019) exploran cómo la internacionalización ha intensificado la demanda de que las pymes desarrollen estrategias para fortalecer su competitividad, centrándose en la orientación emprendedora, la innovación y otras estrategias. Sus resultados indican que las capacidades dinámicas, incluida la orientación emprendedora, generan una consecuencia relevante en la innovación y la rentabilidad de organizaciones pequeñas y medianas.

Por su parte, Lutfi y Nupus (2023) investigan cómo las pymes pueden mejorar su desempeño en marketing a través del desarrollo de productos innovadores y el aumento de valor. Aunque no abordan específicamente las diferencias de género, su estudio utiliza un enfoque de muestreo aleatorio y el método de agrupación para evaluar las respuestas de 90 participantes encuestados. Las conclusiones señalan que la orientación emprendedora incide en la generación de innovaciones en productos, respaldando la noción sobre el aporte de la orientación emprendedora a la mejora de la innovación de productos. Estos tres estudios proporcionan evidencia sustancial de que la orientación emprendedora incide favorablemente con la innovación en diferentes contextos empresariales, sin hacer distinción por género en la alta gerencia de las pymes.

Estas evidencias respaldan la noción de que estas cualidades de género posiblemente son determinantes en el efecto de la orientación emprendedora en la innovación. Por tales motivos, estas investigaciones se erigen como la guía para

sustentar las hipótesis que se plantearán a continuación, y nos permiten avanzar hacia una comprensión más profunda y precisa de cómo la orientación emprendedora explica la capacidad de innovar en las pymes, considerando factores como el género de las dirigencias de las organizaciones; de manera que la hipótesis a estudiar es:

- H1: Existe diferencia significativa en la relación de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en función al género de la alta gerencia de las pymes de Aguascalientes.

A través de esta hipótesis, se busca ahondar en la percepción de cómo la orientación emprendedora impacta la habilidad de las pymes para crear procesos innovadores en el contexto de Aguascalientes. Este modelo de hipótesis sirve como base para el estudio y la evaluación de la conexión de estos dos constructos y su posible dependencia del género de la alta dirección en las pymes de Aguascalientes.

4 DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se presenta de forma detallada el diseño metodológico que dirige el curso de la investigación. Dicho apartado es esencial debido a que se establecen las bases para comprender de qué manera se ejecutó la investigación, además de los aspectos importantes de la metodología. De esta manera, se exploran las características del estudio, además de la población y el muestreo que está en análisis, la unidad de análisis específica que se consideró, las escalas y los cuestionarios empleados para evaluar las variables, en conjunto de los métodos empleados para analizar los datos obtenidos. Cada elemento en cuestión ejerce una función fundamental en la rigurosidad y confiabilidad de los hallazgos logrados durante el proceso de investigación.

4.1 Tipo de investigación

La investigación adopta una perspectiva cuantitativa, de tipo no experimental, cuyo diseño transeccional es descriptivo y explicativo. La importancia de que este estudio tenga una perspectiva cuantitativa radica en las bondades que este enfoque permite, por ejemplo, proporcionar un mayor grado de control sobre los procedimientos y un enfoque de conteo y magnitud (Hernández et al., 2010; Cresswell y Cresswell, 2018). Por otra parte, es un estudio no experimental, ya que la investigación se lleva a cabo sin intervenir de manera intencionada en las variables; en otras palabras, implica observar los fenómenos en su forma natural para su análisis posterior (Tromchim y Donnelly, 2008; Hernández et al., 2010).

Además, el análisis se considera transeccional; de acuerdo con Hernández et al. (2010) y Babbie (2016), esto se debe a que se recopilaban datos en un único punto temporal con la intención de analizar la presencia e interacción en un momento específico. La investigación se estructura en dos secciones: una parte descriptiva y otra explicativa. La primera parte tiene como objetivo describir los niveles de orientación emprendedora en las pymes estudiadas. La segunda parte del estudio se centra en una investigación explicativa, analizando la causalidad en el vínculo entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación, considerando el género de la dirigencia de las pymes analizadas. La clasificación como un estudio

explicativo resalta la intención de analizar y cuantificar la causalidad en la relación entre estos dos constructos sin modificar deliberadamente las variables.

4.2 Unidad de análisis

La entidad de estudio o población objeto de este estudio son las pequeñas y medianas empresas ubicadas en el estado de Aguascalientes. Por tal motivo, es esencial definir los parámetros con los que se define qué es una pyme. En virtud del Diario Oficial de la Federación (DOF) de los Estados Unidos Mexicanos, las pequeñas y medianas empresas pueden ser estratificadas conforme a el número de empleados que hay en estos espacios laborales por el sector (SEGOB, 2009), así mismo, el INEGI (2023b) proporciona información sobre esta clasificación de acuerdo al número de personas ocupadas.

Se establecen tres categorías: microempresas, pequeñas y medianas empresas. Las microempresas cuentan con un máximo de 10 empleados, mientras que las pequeñas empresas varían de 11 a 30 empleados en comercio y de 11 a 50 en industria y servicios. Las medianas empresas oscilan entre 31 y 100 empleados en comercio, de 51 a 100 en servicios, y de 51 a 250 en industria (SEGOB, 2009; INEGI, 2023b). Este esquema simplifica la clasificación de las pymes según su tamaño y sector, siendo fundamental para la identificación en la investigación sobre orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes de Aguascalientes.

El enfoque de este estudio se centrará únicamente en la cantidad de empleados como criterio para identificar el tamaño de la empresa. Este enfoque simplificado facilita la segmentación y el análisis, permitiendo una clasificación clara y objetiva de las pymes en función de su fuerza laboral. Esta metodología permite una comprensión más precisa de las particularidades y dinámicas de las organizaciones según su tamaño, lo que contribuirá a la profundización en la comprensión de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes de Aguascalientes. Así mismo, para fines prácticos de la investigación, se considera como pyme aquellas que cuentan con un máximo de 250 empleados.

4.3 Descripción de unidad de análisis

En el contexto de este estudio por conveniencia, se presenta una descripción general de la ubicación y el sector de las pymes que se encuentran localizadas en el estado de Aguascalientes. La recopilación de la información se basa en el directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (por sus siglas DENUE), proporcionado por el INEGI (2023c), que ofrece detalles sobre la identificación, ubicación geográfica y actividad económica de más de cinco millones de unidades económicas en México. De esta manera, se estima que en el estado de Aguascalientes existen un total de 61,448 pymes distribuidas en diversas actividades económicas.

Sin entrar en detalles específicos, de acuerdo con INEGI (2023c) se destaca que las actividades preponderantes son los comercios minoristas, con 22,798 pymes, seguido por servicios diversos, con excepción de los gubernamentales, con 9,370 pymes, y los servicios de hospedaje transitorio y de elaboración de alimentos y bebidas, con 8,754 pymes. Estas cifras reflejan una parte representativa de las actividades predominantes en la región, aunque existen otras actividades económicas que también contribuyen al panorama empresarial de las pymes en Aguascalientes.

Las cifras anteriores reflejan la importancia de estos sectores en términos de presencia de las pymes en el estado. Adicionalmente se observa que las pymes están distribuidas en los once municipios de Aguascalientes, con una concentración especial en el municipio capitalino, que alberga la mayor aglutinación de unidades económicas. Este patrón puede vincularse a factores como la densidad poblacional, ubicación geográfica y oportunidades económicas. Se destaca también que esta investigación brinda una perspectiva generalizada de la ubicación y sector de las pymes en el estado, sin profundizar en detalles específicos de cada actividad o municipio, en consonancia con la conveniencia del estudio. De esta manera, este estudio abarca como sujetos de investigación a las pymes en el estado de

Aguascalientes, clasificadas en actividades económicas generales de acuerdo con INEGI (2023c).

4.4 Determinación de la muestra

De acuerdo con Hernández et al. (2010) la forma de seleccionar una muestra se puede realizar de acuerdo con dos tipos: el probabilístico y el no probabilístico. El tipo probabilístico se realiza mediante una selección sistemática aleatoria que se divide por racimos o estratificados, este muestreo se distingue por otorgar a cada integrante de la población la misma probabilidad de ser seleccionado. Por otra parte, la segunda forma de determinar una muestra es por el tipo no probabilístico. Se denominan muestras no aleatorias o muestras dirigidas, ya que se eligen mediante un proceso informal, aunque se busca obtener inferencias sobre la población a partir de ellas (Hernández et al., 2010). Para este estudio se decidió emplear este tipo de muestra.

Al utilizar este tipo de muestreo, los datos no pueden generalizarse, sin embargo, las ventajas de este enfoque cuantitativo utilizando una muestra no probabilística radican en su utilidad para ciertos diseños de estudio que no demandan representatividad, sino una selección meticulosa y controlada de participantes con características específicas predefinidas (Hernández et al., 2010). Así mismo, se pueden identificar tres técnicas para determinar la muestra en función del tipo no probabilístico, la primera de ellas es la intencional, que se enfoca en identificar casos específicos que reflejen las características esenciales de una población, restringiendo la muestra únicamente a estos casos. Es particularmente útil cuando la población es muy diversa, lo que reduce la posibilidad de obtener una muestra amplia (Otzen y Manterola, 2017).

La segunda técnica, según Otzen y Manterola (2017) es la accidental o consecutiva, basada en la inclusión de casos hasta alcanzar el número requerido para la muestra, seleccionándolos de manera fortuita; en este caso, los investigadores eligen un lugar específico y reclutan a los participantes disponibles de la población de manera

aleatoria, hasta completar el tamaño de muestra necesario. Por último, la tercera técnica es por conveniencia, en esta, se pueden elegir a aquellos participantes que están al alcance y que deseen ser partícipes en el estudio. Este método se justifica en la cercanía y accesibilidad de los individuos para el investigador, facilitando el proceso de selección (Otzen y Manterola, 2017).

De esta manera, para esta investigación se decidió aplicar la técnica de muestreo por conveniencia, dada su adecuación de las circunstancias y requisitos del estudio; esta técnica permite seleccionar aquellos casos que están disponibles y dispuestos a participar en la investigación. Bajo esta premisa, se justifica la elección en base a la conveniente accesibilidad con el fin de implementar los métodos de recopilación de datos de los puestos gerenciales de las pymes descritas en el apartado anterior. Esto es especialmente importante, ya que facilita el proceso de recolección de datos al interactuar con las personas que participan que se encuentran en la posibilidad de contribuir en la colaboración de esta investigación, lo que sin duda, aporta a la eficiencia y viabilidad del presente estudio.

De esta forma, según con la herramienta DENUE proporcionada por el INEGI (2023c), se seleccionaron 100 pymes (50 lideradas por hombres y otras 50 por mujeres) según lo establecido por las características proporcionadas en la descripción de la unidad de análisis cumpliera con estos rasgos. Teniendo como sustento, que el estudio por conveniencia es valioso en situaciones donde se requiere un enfoque específico en unidades de estudio con ciertas características o en condiciones especiales. Por tal motivo, este tipo de muestreo se convierte en una opción apropiada con el objetivo de concretar los fines de la investigación de manera efectiva.

La Tabla 5 resume la ficha técnica relacionada con la muestra, así como información importante para la recolección de datos:

Tabla 5

Ficha técnica para la recolección de datos.

Universo	61,448 pymes del estado de Aguascalientes.
Campo de investigación	Estado de Aguascalientes.
Unidad de muestreo	Pequeñas y medianas empresas localizadas en el estado de Aguascalientes, que se clasifican en las actividades económicas de manufactura, alimentos, textil, madera, metalmecánica, construcción, químicos y las actividades automotrices.
Método de recolección de la información	Encuesta de tipo Likert a personas que ocupan puestos de la alta gerencia de las pymes.
Método de muestreo	Por conveniencia.
Tamaño de la muestra	100 pymes; 50 dirigidas por hombres, 50 dirigidas por mujeres.

Nota: Elaboración propia.

4.5 Evaluación de la pertinencia y viabilidad de la investigación

La evaluación de la pertinencia y viabilidad de este estudio se fundamenta en diversos elementos clave que aseguran su factibilidad y relevancia. En primer lugar, la temática de investigación se encuentra en sintonía con las áreas de estudio de varios miembros del núcleo académico básico, quienes han manifestado un interés explícito en la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en pymes. Este alineamiento no solo garantiza el respaldo académico y el acceso a una vasta bibliografía especializada, sino que también facilita la integración de conocimientos

previos y la orientación metodológica requerida para la implementación del estudio de manera rigurosa.

Asimismo, la viabilidad de la investigación se refuerza por la capacidad de establecer contacto y colaboración con las empresas seleccionadas para la aplicación de encuestas. Existe un contacto con diversas empresas que han manifestado su disposición para responder las encuestas. Esta red de pymes facilita la obtención de datos indispensables para la evaluación. Además, la universidad está equipada con los recursos de software y hardware requeridos para ejecutar los análisis de la información de manera eficiente. El uso de software especializado como SPSS y AMOS permite un análisis de varianza y del modelaje de ecuaciones estructurales preciso, mientras que los recursos de hardware disponibles garantizan un procesamiento ágil y eficaz de datos. En conjunto, estos elementos no solo justifican la pertinencia del estudio en el contexto académico y empresarial, sino que también confirman su viabilidad técnica y operativa.

4.6 Escalas de medida

Seguidamente, se detallan los instrumentos utilizados para la obtención de datos, considerando así los constructos de orientación emprendedora y de la capacidad de innovación. La medición de estos constructos desde el enfoque cuantitativo involucra que la medición se dé a través de un análisis que recolecta la información por medio de instrumentos que requieren de validez y confiabilidad. Para medir ambos constructos, se utilizó un cuestionario tipo Likert, que consta de cinco opciones de respuesta para cada ítem. Este instrumento, compuesto por afirmaciones, permite al encuestado expresar su opinión seleccionando una de las cinco opciones, asignando una puntuación que refleja su percepción o reacción ante cada afirmación (Hernández et al., 2010).

El número 1 se asigna a la respuesta "totalmente en desacuerdo", lo cual indica una fuerte desaprobación o falta de conformidad con la afirmación planteada. En el otro extremo, el número 5 se elige cuando se está "totalmente de acuerdo", reflejando

una aceptación completa o una fuerte aprobación de la afirmación o pregunta planteada en el ítem del cuestionario. Esta escala permite capturar de manera precisa las percepciones y actitudes de los participantes, facilitando un análisis detallado de los datos recopilados.

4.6.1 Escala para orientación emprendedora

La escala seleccionada para cuantificar la orientación emprendedora se aplicó de acuerdo a la propuesta de Miller (1983), con adaptaciones de Covin y Slevin (1991) y de Lumpkin y Dess (2009), quienes toman en cuenta cinco dimensiones clave que confirman esta orientación: la autonomía, innovación, toma de riesgos, proactividad y agresividad competitiva. Cada uno de estos elementos se compone de seis ítems que evalúan las reacciones y actitudes de los encuestados. A continuación, se detallan los ítems correspondientes a cada una de estas dimensiones, los cuales han sido diseñados para evaluar y captar diversos aspectos de la orientación emprendedora en el contexto de las pymes.

Tabla 6

Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Autonomía.

Ítem	Descripción	Opciones				
AU1	“Desarrolla unidades de trabajo independientes como por ejemplo: “grupos de amigos” para reforzar el pensamiento crítico de nuestros trabajadores.”	1	2	3	4	5
AU2	“Desarrolla maneras eficaces que permiten a los empleados el acceso a los equipos y los recursos necesarios para poner en práctica sus nuevas ideas.”	1	2	3	4	5

AU3	“Desarrolla esfuerzos para crear una autonomía de los empleados por medio de acciones tales como reglas y procedimientos flexibles.”	1	2	3	4	5
AU4	“Implementa los cambios estructurales necesarios tales como la formación de grupos pequeños autónomos para estimular nuevas ideas de los trabajadores.”	1	2	3	4	5
AU5	“Implementa los cambios necesarios para que los trabajadores y empleados sean responsables de mejorar sus actividades laborales.”	1	2	3	4	5
AU6	“Implementa los cambios necesarios para que los trabajadores y empleados tomen las decisiones más apropiadas en sus actividades laborales.”	1	2	3	4	5

Nota: Traducción a partir de Miller (1983), con adaptaciones de Covin y Slevin (1991) y Lumpkin y Dess (2009).

Tabla 7

Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Innovación.

Ítem	Descripción	Opciones				
IN1	“Tiene una fuerte intención para estimular la innovación con tecnología, productos o procesos administrativos entre sus trabajadores y empleados.”	1	2	3	4	5
IN2	“Tiene una fuerte intención para estimular la creatividad y experimentación entre sus trabajadores y empleados.”	1	2	3	4	5

IN3	“Tiene un fuerte compromiso para invertir a largo plazo en nueva tecnología, en innovación y desarrollo y en mejora continua.”	1	2	3	4	5
IN4	“Tiene una fuerte intención de implementar iniciativas innovadoras para imitar con éxito a su principal competencia.”	1	2	3	4	5
IN5	“Tiene una fuerte intención de implementar actividades para mejorar la innovación, para los productos, servicios o procesos.”	1	2	3	4	5
IN6	“Tiene una fuerte intención de introducir nuevas tecnologías pero aún no han sido probadas en la organización.”	1	2	3	4	5

Nota: Traducción a partir de Miller (1983), con adaptaciones de Covin y Slevin (1991) y Lumpkin y Dess (2009).

Tabla 8

Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Toma de Riesgos.

Ítem	Descripción	Opciones				
TR1	“Compromete una cantidad de recursos importantes para crecer.”	1	2	3	4	5
TR2	“Invierte en proyectos de alto riesgo que prometen altos ingresos.”	1	2	3	4	5
TR3	“Invierte en grandes proyectos por medio de la solicitud de préstamos.”	1	2	3	4	5
TR4	“Utiliza prácticas probadas y técnicas para explorar nuevas oportunidades.”	1	2	3	4	5

TR5	“Invierte en la adquisición de tecnología de la información.”	1	2	3	4	5
TR6	“Invierte en la adquisición de información externa de la organización.”	1	2	3	4	5

Nota: Traducción a partir de Miller (1983), con adaptaciones de Covin y Slevin (1991) y Lumpkin y Dess (2009).

Tabla 9

Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Proactividad.

Ítem	Descripción	Opciones				
		1	2	3	4	5
PR1	“Adopta métodos creativos de gestión del negocio mejor que la competencia.”	1	2	3	4	5
PR2	“Tienen nuevos productos o tecnología mejor que la competencia.”	1	2	3	4	5
PR3	“Tiene una mayor capacidad de producción que la competencia.”	1	2	3	4	5
PR4	“Busca oportunidades, tales como nuevos mercados o clientes, para mejorar su posición en el mercado.”	1	2	3	4	5
PR5	“Se esfuerza por ser “el primero” en la obtención de los beneficios que genera la industria.”	1	2	3	4	5
PR6	“Supervisa las tendencias tecnológicas e identifica las oportunidades futuras de sus clientes actuales y futuros.”	1	2	3	4	5

Nota: Traducción a partir de Miller (1983), con adaptaciones de Covin y Slevin (1991) y Lumpkin y Dess (2009).

Tabla 10

Cuestionario de la Orientación Emprendedora en la dimensión de Agresividad Competitiva.

Ítem	Descripción	Opciones				
A1	“Adopta métodos creativos de gestión del negocio mejor que la competencia.”	1	2	3	4	5
A2	“Asume una posición agresiva para adaptarse a los cambios que demanda el mercado.”	1	2	3	4	5
A3	“Adopta las prácticas comerciales o las técnicas exitosas de la competencia para mejorar su posición competitiva.”	1	2	3	4	5
A4	“Adopta la postura competitiva de “hacer a un lado la competencia”, cuando ésta sea una amenaza para la organización.”	1	2	3	4	5
A5	“Utiliza estrategias no convencionales y originales para desplazar a la competencia del mercado.”	1	2	3	4	5
A6	“Utiliza estrategias de mercado para obtener mayores ventajas competitivas que la competencia.”	1	2	3	4	5

Nota: Traducción a partir de Miller (1983), con adaptaciones de Covin y Slevin (1991) y Lumpkin y Dess (2009).

Las Tablas 6 a 10 presentan los cuestionarios utilizados para medir la orientación emprendedora en las dimensiones de Autonomía, Innovación, Toma de Riesgos,

Proactividad y Agresividad Competitiva. Cada tabla contiene un conjunto de afirmaciones vinculadas a una dimensión específica de la orientación emprendedora. Los encuestados deben calificar cada ítem en una escala de 1 a 5, donde 1 representa un bajo grado de implementación o acuerdo, y 5 indica un alto grado de implementación o acuerdo.

Estos cuestionarios se utilizaron para evaluar las actitudes y prácticas de las unidades de muestreo de acuerdo con la orientación emprendedora. Por ejemplo, en la dimensión de Autonomía (Tabla 6), se evalúan acciones como desarrollar unidades de trabajo independientes o permitir a los empleados tomar decisiones más apropiadas en sus actividades laborales. En la dimensión de Innovación (Tabla 7), se evalúa la intención de estimular la innovación con tecnología, creatividad y la inversión en nuevas tecnologías.

4.6.2 Escala para capacidad de innovación

La habilidad de innovar ha emergido como un tema importante para las pymes que buscan sostener su competitividad y su relevancia en el ámbito comercial. En este contexto, la métrica de la capacidad de innovación se emplea específicamente para evaluar y cuantificar el nivel de innovación que las pymes han incorporado en sus prácticas y procesos. Esta escala elaborada por Akman y Yilmaz (2008), se basa en una serie de seis ítems que permiten analizar a fondo las iniciativas de innovación emprendidas por estas organizaciones y su impacto en su desarrollo y éxito en el mercado. La siguiente tabla muestra el cuestionario de este constructo:

Tabla 11

Cuestionario de la Capacidad de Innovación.

Ítem	Descripción	Opciones
-------------	--------------------	-----------------

CI1	“Nuestra empresa tiene una cultura organizacional que apoya y alienta la innovación.”	1	2	3	4	5
CI2	“En nuestra empresa, el conocimiento de diferentes recursos es utilizado para actividades de desarrollo de productos eficiente y rápidamente.”	1	2	3	4	5
CI3	“Nuestra empresa es capaz de reflejar cambios en las condiciones del mercado (como cambios en las preferencias del cliente, productor de la competencia) a los propios productores rápidamente.”	1	2	3	4	5
CI4	“A los empleados de nuestra empresa se les alienta y apoya.”	1	2	3	4	5
CI5	“Las nuevas ideas que vienen de los clientes y proveedores son evaluadas continuamente y se tratan de incluir en las actividades de desarrollo de productos.”	1	2	3	4	5
CI6	“Nuestra empresa se puede adaptar a los cambios ambientales fácilmente y en el corto plazo al realizar mejoras e innovaciones adecuadas a sus productos y procesos.”	1	2	3	4	5

Nota: Traducción a partir de Akman y Yilmaz (2008).

Seis componentes configuran la escala que evalúa el constructo de capacidad de innovación que se muestra en la Tabla 11, lo que permite examinar a fondo las iniciativas innovadoras que han tomado estas empresas y cómo han afectado a su expansión y éxito comercial. Los elementos abarcan temas importantes como la cultura empresarial innovadora, el uso eficaz de los recursos para la creación de productos, la respuesta a los cambios del mercado, el apoyo de los empleados, la evaluación de las ideas de proveedores y clientes y la adaptación al entorno.

4.7 Prueba piloto para la fiabilidad de las escalas de la Orientación Emprendedora y la Capacidad de Innovación.

Para Oviedo y Campo-Arias (2005), el índice alfa de Cronbach es una métrica empleada para evaluar la fiabilidad, específicamente la consistencia interna de un cuestionario. Su función principal es medir cuán vinculados están los componentes de un instrumento entre sí proporcionando un indicador del grado de coherencia dentro de la escala. En términos simples, el alfa de Cronbach se calcula como el valor medio de las relaciones entre los diversos elementos o ítems que conforman un instrumento específico (Altman y Bland, 2002). Retomando a Oviedo y Campo-Arias (2005) el parámetro mínimo del índice del alfa de Cronbach es necesario que sea, como mínimo, de 0.70 para asegurar una consistencia interna aceptable en la escala utilizada. Si este valor se sitúa por debajo de 0.70, sugiere una escasa consistencia interna.

A partir de esto, se realizó una prueba piloto con 20 encuestas realizadas a 10 hombres y 10 mujeres dirigentes de las pymes, con el objetivo de verificar si existe fiabilidad, considerando la evaluación del alfa de Cronbach para los cuestionarios utilizados. Las siguientes dos tablas muestran los hallazgos obtenidos en la prueba preliminar:

Tabla 12

Resultados de la prueba piloto para el Alfa de Cronbach de las dimensiones de la Orientación Emprendedora.

Dimensión	Número de ítems	Alfa de Cronbach
Autonomía	6	.790
Innovación	6	.938
Toma de riesgos	6	.886
Proactividad	6	.933

Agresividad competitiva	6	.851
-------------------------	---	------

Nota: Producción original utilizando los datos generados por la investigación.

Los coeficientes alfa de Cronbach para los diversos componentes de la orientación emprendedora se presentan en la Tabla 12. En términos de autonomía, la consistencia interna es aceptable, con un alfa de 0.790. La dimensión de innovación muestra una fiabilidad un poco más elevada, con un alfa de Cronbach de 0.938. La toma de riesgos exhibe una consistencia interna robusta, con un coeficiente de 0.886. Asimismo, la proactividad presenta una alta consistencia interna, con un alfa de 0.933. La agresividad competitiva también demuestra una buena fiabilidad, alcanzando un alfa de 0.851.

Tabla 13

Resultados de la prueba piloto para el Alfa de Cronbach de la Capacidad de Innovación.

Dimensión	Número de ítems	Alfa de Cronbach
Capacidad de innovación	6	.942

Nota: Construcción propia con base en los datos derivados de la investigación.

Por último, con un valor del coeficiente alfa de Cronbach de 0.942, la Tabla 13 muestra que la capacidad de innovación tiene una buena consistencia interna. Según los resultados, la escala empleada para medir este aspecto es fiable y ofrece una lectura de la medición coherente y lógica.

4.8 Instrumento y recolección de datos

En virtud de los medios empleados para recolectar los datos para un análisis subsiguiente en la presente investigación; se identifica que se utilizaron fuentes primarias como fuente principal de recopilación de datos. Para poder obtener la

información necesaria, se diseñaron y aplicaron cuestionarios específicos basados en los instrumentos previamente mencionados: la escala de cinco elementos que conforman a la orientación emprendedora y la escala de la capacidad de innovación. Con base en la información vinculada con el procedimiento de selección de la muestra; estos cuestionarios se aplicaron a 50 hombres y 50 mujeres dirigentes de las pequeñas y medianas empresas de Aguascalientes en el lapso correspondiente a los meses de abril y mayo de 2023.

El instrumento además, contó con un apartado que contiene los datos generales de las empresas, con la intención de recabar información respecto a cómo está conformada, las actividad o giro de ésta, ingresos por ventas, número de empleados así como la antigüedad de la organización. De la misma manera, el cuestionario contiene la información sociodemográfica de quienes están al frente de la organización, para obtener un perfil de la persona que dirige la empresa, considerando la edad, el sexo y el nivel educativo alcanzado. La elección de esta metodología de recolección de datos se apoya en su aptitud para brindar información relacionada con la orientación emprendedora y la capacidad de innovación de las pymes localizadas en Aguascalientes.

4.9 Resultados estadísticos de la muestra

Las estadísticas descriptivas revelan la siguiente información: principalmente la muestra está equilibrada en cuanto al género, con un 50% de mujeres y la misma proporción de hombres; esto es debido a que el muestreo se eligió por la técnica de conveniencia, como se explicó en apartados anteriores. Así mismo, en función del tipo de empresa, la mayoría de estas se encuentran registradas como una persona física, representando el 87% de la muestra, mientras que el 13% corresponde a empresas de tipo moral.

Así mismo, la mayor parte de las empresas (69%) obtienen ingresos anuales inferiores a 1 millón de pesos y están formadas principalmente con un 78% por empresas que tienen un rango de trabajadores de hasta 10 empleados. Además, el

control mayoritario familiar es común, con el 72% de las empresas en manos de una familia y el 70% de los puestos directivos ocupados por familiares. La antigüedad de las empresas es variada: el 49% tiene de 1 a 10 años, 32% entre 11 y 25 años, y 19% más de 26 años, lo que indica una mezcla de empresas nuevas y consolidadas.

De la misma manera, se presentan descriptivos con diferencias por género en varias categorías relacionadas con las empresas. Las firmas encabezadas por mujeres poseen una representación superior en el ámbito de los alimentos (27%) en comparación con las lideradas por hombres (16%), mientras que los hombres predominan en los sectores de madera (7%), manufactura (12%) y metalmecánica (12%). En cuanto a la formación educativa, las mujeres líderes tienen una mayor proporción de educación básica y licenciatura (33% en conjunto), mientras que los hombres destacan en bachillerato (13%) y posgrado (2%). Las mujeres líderes tienden a estar más presentes en organizaciones cuya trayectoria es de 1 a 6 años (24%), y los hombres en aquellas con 7 a 12 años (19%). Además, las mujeres líderes tienen una representación ligeramente mayor en las franjas de edad que incluyen personas de 31 a 40 años (15%) y mayores de 51 años (17%), en contraste, la cantidad de hombres es mayor en el intervalo de 41 a 50 años (23%). Estos datos enfatizan la heterogeneidad en el manejo operativo de las pymes de Aguascalientes y la relevancia de considerar estas diferencias en análisis futuros.

4.10 Técnicas de Análisis

Se seleccionaron dos métodos para analizar los datos en función del análisis del estudio y para cumplir los objetivos predeterminados: la ejecución de ecuaciones estructurales y el análisis de la varianza. Por lo tanto, en esta sección se examinarán los fundamentos metodológicos y la evaluación de los datos a partir de las técnicas anteriormente expuestas; además, se aplicará la validez y la fiabilidad de los cuestionarios de acuerdo con los procedimientos pertinentes de cada una de ellas.

4.10.1 Análisis de varianza (ANOVA)

Este estudio implicó la realización de un análisis de varianza (ANOVA). Este trata de un test estadístico diseñado con el propósito de comparar las medias de múltiples grupos al mismo tiempo (Hurtado y Berlanga, 2012) con el propósito de evaluar la significancia de los elementos de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en el marco de las pequeñas y medianas empresas. A través de este análisis, se podrá establecer si existen discrepancias significativas desde el ámbito estadístico en estas dimensiones en función de de las variaciones entre mujeres y hombres, es conveniente señalar, que debido a que las variables explicativas son categóricas en lugar de continuas, el análisis a realizarse es el de varianza (Molina, 2017).

Mediante este análisis, se obtiene el valor "p"; el cual es fundamental para la aceptación o rechazo de los supuestos o hipótesis que se presentan en las investigaciones, debido a que "p" identifica si la asociación entre variables es estadísticamente significativa o no (Hurtado y Berlanga, 2012). Para Molina (2017) si el valor obtenido cae por debajo del 5% (0.05), se considera lo bastante improbable como para que la diferencia sea resultado del azar, de manera que se descarta la hipótesis nula y se concluye que la diferencia es auténtica; por otro lado, si el valor de p es mayor al 5%, no se puede tener la confianza necesaria para descartar que la diferencia observada pueda ser simplemente un producto del azar. Por lo que " $p < 0.05$ " indica la presencia de una variación con significancia estadística.

De esta manera, para este estudio, en caso de que el valor p esté por debajo del umbral de significancia seleccionado (0.05, 0.01 o 0.001), indicaría que hay una alta probabilidad de que las diferencias observadas no sean producto del azar, de modo que se infiere la existencia de diferencias significativas de acuerdo con los elementos clave de la orientación emprendedora y de la misma capacidad de innovación de acuerdo al género de la alta gerencia de las pymes de Aguascalientes. Por otro lado, cuando el valor p es mayor al nivel de significancia,

no se dispone de pruebas suficientes para sostener que existen diferencias significativas en las dimensiones analizadas por grupos.

Para llevar a cabo este análisis, se emplea el software SPSS 23, que ofrece las herramientas necesarias para evaluar y cuantificar la importancia de las variables en estudio. El SPSS 23 permite ejecutar la prueba de análisis de varianza detallado y preciso, facilitando la comparación de las puntuaciones promedio en cada uno de los ítems de la dimensión entre ambos grupos. A través de este software, se puede comprobar si las variaciones detectadas son de importancia significativa mediante el cálculo del valor "p". Además, el SPSS 23 proporciona una interfaz intuitiva para visualizar los resultados del ANOVA, incluyendo gráficos y tablas que muestran claramente el nivel de significancia y el grado de discrepancia entre los distintos grupos analizados. Esto permite una interpretación más comprensiva y facilita el proceso de decisiones apoyado en información cuantitativa.

4.10.2 Ecuaciones estructurales

Las ecuaciones estructurales, conocidas en inglés como *Structural Equation Models (SEM)*, considerados una serie de enfoques estadísticos de análisis con múltiples variables que posibilitan la estimación de los efectos y relaciones entre diversas variables; en contraste con los modelos de regresión, las ecuaciones estructurales brindan la posibilidad de una mejor capacidad de adaptación al posibilitar la inclusión de errores de medición en las variables independientes y dependientes (Ruiz et al., 2010). De acuerdo con Cupani (2012), una de las características distintivas de esta técnica es su habilidad para calcular y examinar las conexiones entre constructos no observables, denominados como variables latentes; estas variables latentes representan constructos hipotéticos, como la inteligencia, que solo pueden ser medidos indirectamente a través de variables observables, como pruebas de inteligencia que reflejen los constructos.

Los modelos de ecuaciones estructurales surgen de la demanda de emplear un conjunto de ecuaciones destinadas a reflejar las relaciones propuestas desde la

teoría (Arrogante, 2018); debido a que estos modelos tienen la capacidad de representar relaciones causales entre las variables (Ruiz et al., 2010). De acuerdo con Arrogante (2018), Ruiz et al. (2010), Bagozzi y Yi (2012) esta técnica presenta varias ventajas que pueden destacarse, entre ellas está el que puede visualizarse gráficamente a través de diagramas de trayectorias o de caminos, los cuales facilitan la representación del tipo y la dirección de las interacciones entre las variables. También posibilitan la formulación de hipótesis en relación con las causas o incidencias de las variables, el orden de efectos mutuos y la inclusión de las relaciones interdependientes.

En virtud de la variedad de modelos que se pueden definir por medio de esta técnica de análisis destaca el análisis factorial exploratorio (AFE), que se utiliza por lo general para el desarrollo de nuevas teorías; mientras que por el otro lado, se encuentra el análisis factorial confirmatorio (AFC), este, evalúa teorías preexistentes; y por último emerge el análisis de mediación, como una herramienta esencial para determinar si la conexión entre algunas variables es intermediada por otras distintas (Ruiz et al., 2010; Bagozzi y Yi, 2012; Arrogante, 2018).

Para Ruíz y colaboradores (2012), las variables clave y la manera en que se representan en los diagramas son principalmente tres; la primera de ellas es la variable latente, referida como aquella que se intenta medir, pero cuya observación directa no es posible; usualmente se ilustra mediante círculos u óvalos, representando, por ejemplo, el constructo de orientación emprendedora o la capacidad de innovación, o incluso cada dimensión por separado. Las segundas son las variables observadas; éstas se miden directamente en los individuos y se representan gráficamente en rectángulos, lo que corresponde a los ítems que forman parte del cuestionario. Por último se encuentra la variable error, en ella se reflejan los errores derivados de la cuantificación de una variable, sumado a las variables no previstas en el modelo que tienen el potencial de influir en la medición de la variable observada; en representaciones gráficas, algunos programas estadísticos pueden representarlas como variables latentes (Ruíz et al., 2012).

Según lo señalado por Arrogante (2018), es fundamental resaltar que la variable que es afectada por otra se clasifica como variable endógena y desempeña la función de la variable dependiente en el ámbito de un análisis de regresión. Por otro lado, la variable que ejerce influencia sobre otra sin ser influida de ninguna forma se le llama variable exógena, equivalente en un modelo de regresión como la variable independiente. El entendimiento de estos conceptos es necesario para familiarizarse con los nuevos términos de variables de acuerdo con las ecuaciones estructurales.

De acuerdo con Arrogante (2018), en cuanto a la representación visual de las relaciones entre variables, las correlaciones bidireccionales se ilustran por medio de vectores curvos con flechas en los extremos, lo que implica una relación de covarianza; en el caso de flechas rectas, el origen marca la variable predictora y el extremo señala la variable que depende de ella, indicando una relación de regresión o un efecto directo. Siempre se debe tener en cuenta un término de error en cualquier variable que se vea impactada por otras variables dentro del modelo. También se pueden modelar conexiones mediadas, donde la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente se da indirectamente a través de una tercera variable (Arrogante, 2018).

El software AMOS permite la realización del análisis de ecuaciones estructurales; es conocido por su capacidad para modelar relaciones complejas entre múltiples variables. Esta herramienta fue seleccionada debido a sus numerosas ventajas, que incluyen una interfaz gráfica intuitiva que facilita el diseño y ajuste de modelos, además de su compatibilidad con el software SPSS, lo que permite una integración fluida de datos. Este software brinda instrumentos para la estimación y análisis de modelos estructurales, permitiendo a los investigadores probar hipótesis en virtud de las variables. Además, AMOS proporciona diversas opciones de ajuste de modelo, evaluación de fiabilidad y análisis de validez, haciendo de este un recurso útil e indispensable para realizar análisis estadísticos de manera eficiente.

Así mismo, en virtud del uso de esta técnica, es fundamental señalar que la selección de una muestra de 100 datos para este estudio resulta apropiada y se encuentra dentro de los intervalos recomendados para el análisis de modelos de ecuaciones estructurales; el tamaño de la muestra es un elemento determinante, ya que influye directamente en la significancia estadística y en los índices de ajuste, lo que lo convierte en un factor esencial en los modelos SEM, incluidos aquellos desarrollados con herramientas como AMOS (Rositas, 2014). Hair et al. (1998) sugieren que un rango de entre 100 y 200 observaciones es adecuado para generar resultados estadísticamente sólidos, aunque no existe una normativa estricta al respecto.

Por su parte, Reinartz et al. (2009) destacan que 100 observaciones pueden ser suficientes para alcanzar un poder estadístico aceptable, siempre que el modelo de medición sea de calidad adecuada. De manera similar, Iacobucci (2010) argumenta que tamaños muestrales de entre 50 y 100 datos son viables cuando las mediciones son confiables y el modelo estructural no presenta una alta complejidad. Adicionalmente, Molwus et al. (2013) subrayan que, para obtener resultados precisos en análisis SEM, es común encontrar recomendaciones en la literatura que sugieren tamaños de muestra entre 100 y 400 casos. Esto refuerza la validez del tamaño de muestra de 100 datos utilizado en esta investigación, dado que cumple con los estándares de calidad y confiabilidad requeridos por el modelo propuesto.

4.10.2.1 Análisis Factorial Confirmatorio

Cupani (2012), explica que existen tres enfoques en las que se puede aplicar las ecuaciones estructurales, siendo la primera la estrategia de confirmación del modelo; la segunda a través del enfoque de modelos competidores; y por último la técnica donde se desarrolla el modelo. Según este autor, la estrategia mayormente utilizada es la primera, el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), en la cual el investigador establece un modelo específico y luego utiliza los sistemas de ecuaciones estructurales para evaluar su relevancia estadística.

Como se mencionó anteriormente, el análisis factorial confirmatorio se puede clasificar en el tipo exploratorio (donde se desconocen la cantidad de factores, sino hasta la ejecución empírica cuando es que se conocen) y el tipo confirmatorio (donde desde el inicio se conocen los factores a analizar y por medio de los cuales se pueden corroborar hipótesis); la importancia de ambos radica en que el primero de estos puede dar paso a generar nuevas teorías, mientras que el segundo trata de ponerlas en ejecución (Ruiz et al., 2010; Bagozzi y Yi, 2012; Arrogante, 2018).

Es preciso mencionar, que para esta investigación, se ejecutó un análisis factorial confirmatorio. Este análisis se refleja en el modelo de medida, el cual está compuesto por las conexiones de las variables indicadoras con las variables latentes (constructos no observables), de la misma manera, con las relaciones de covarianza de las variables latentes. Se optó por esta metodología considerando que se usaron cuestionarios previamente validados en investigaciones anteriores de acuerdo con lo establecido por Akman y Yilmaz (2008) y Lumpkin y Dess (2009); estas escalas no requieren de un análisis exploratorio adicional, ya que están respaldadas por la teoría existente mencionada con anterioridad.

4.10.2.1.1 Análisis de fiabilidad

En el marco de esta investigación, es necesario realizar una evaluación de fiabilidad de las escalas utilizadas. Este proceso es clave para asegurar la fiabilidad de los mecanismos utilizados para recolectar la información, que en este caso se refiere a los cuestionarios empleados para medir diversas dimensiones relacionadas con la orientación emprendedora y la capacidad de innovación. Según Vila et al. (2000), la fiabilidad de los datos es esencial, ya que cuando un grupo de ítems en una escala evalúan una variable latente común, es probable que las puntuaciones de estos ítems están altamente correlacionadas, lo que indica una consistencia interna; por otra parte, indicar que la consistencia de una escala involucra únicamente los diferentes elementos que la conforman, al mostrar una alta correlación de manera

conjunta, se debe a que miden la misma variable; sin embargo, la condición de que un instrumento sea consistente no garantiza que la variable sea válida.

Por tal motivo, se abordó en esta investigación el análisis de fiabilidad mediante la aplicación de diferentes técnicas; tal como del coeficiente alfa de Cronbach, el Índice de Fiabilidad Compuesta (IFC) y el Índice de Varianza Extraída (IVE). Tales técnicas se presentan a continuación.

4.10.2.1.2 Índice de Fiabilidad Compuesta (IFC) e Índice de Varianza Extraída (IVE) de la Orientación Emprendedora y la Capacidad de Innovación.

Vila et al. (2000), señala que el coeficiente alfa de Cronbach aplicado a cada factor de manera individual no considera la influencia de los demás constructos en la fiabilidad; por lo que surgió la necesidad de estudiar las interrelaciones entre estos; de esta manera Fornell y Larcker (1981) sugieren calcular la fiabilidad compuesta (IFC) para cada variable; debido a que este índice, interpretado de manera similar al coeficiente alfa de Cronbach, considera la relaciones mutuas entre las variables; para adquirir todos estos datos, es imprescindible ejecutar un análisis factorial confirmatorio con los instrumentos de medición. Según Bagozzi y Yi (1988), un indicador que exceda 0.6 se considera aceptable; no obstante, otras posturas, como las de Fornell y Larcker (1981), aceptan un valor mayor a 0.7.

Así mismo, Fornell y Larcker (1981), introducen el Índice de Varianza Extraída, entendido como la proporción de la varianza explicada por un factor específico en comparación con la varianza total atribuible al error de medición asociado con ese factor. Vila et al. (2000), expone que la única distinción con respecto al Índice de Fiabilidad Compuesta radica en que las cargas factoriales estandarizadas se elevan al cuadrado previo a la suma. Fornell y Larcker (1981) aconsejan que el constructo alcance un IVE mínimo de 0.5, lo que refleja que la varianza explicada por el factor es superior a la del error de medición.

Así mismo, dentro del análisis es necesaria la revisión de ciertos indicadores que darán certeza al modelo, estos indicadores se les identifica como ajustes de bondad. Según Escobedo et al. (2016), los ajustes de bondad son métricas incorporadas dentro de los modelos de ecuaciones estructurales con el propósito de determinar el grado de adecuación de un modelo teórico a los datos recolectados, así mismo, estos ajustes sirven como una guía para establecer la validez y la fiabilidad. La Tabla 14 visibiliza los valores aceptados para un ajuste correcto que de un correcto grado de adecuación del modelo:

Tabla 14

Medidas de bondad de ajuste.

Medidas de bondad de ajuste	Valores aceptados	Autores
Chi-cuadrado/ grados de libertad	>1 y <3	Roque-Hernández (2020)
RMSEA	≤ 0.060	Hu y Bentler (1998); Roque-Hernández (2020).
Índices de Ajuste (IFI, CFI)	>0.8, cercanos a 0.9	Segars y Grove (1993); Escobedo et al. (2016)

Nota: Elaboración personal fundamentada en la información de los autores referidos.

La tabla anterior muestra las medidas de bondad de ajuste comúnmente empleadas en la aplicación de las ecuaciones estructurales, los niveles considerados adecuados para cada una de ellas y las fuentes que los respaldan. Se establece que el índice Chi-cuadrado dividido por los grados de libertad debe situarse entre 1 y 3 para indicar un ajuste adecuado del modelo, según Roque-Hernández (2020). Por su parte, el Error de Aproximación Cuadrático Medio (RMSEA en inglés) debe ser menor a 0.060 para reflejar una buena representación de la estructura de los datos observados, tal como recomiendan Hu y Bentler (1998) y Roque-Hernández (2020). Asimismo, los parámetros, como el Índice de Ajuste Incremental (IFI) y el

Índice de Ajuste Comparativo (CFI), deben superar 0.8 y acercarse a 0.9 para ser considerados adecuados, sin embargo, pueden ser excelentes si se acercan al 1, según Segars y Grove (1993) y Escobedo et al. (2016).

De esta manera, la siguiente tabla muestra los resultados de índices de fiabilidad; incluidas las cargas factoriales de los constructos analizados en el presente estudio:

Tabla 15

Indicadores de validez y consistencia interna del modelo.

Variables	Item	Carga Factorial Estandarizada	Promedio de Cargas	IFC	IVE	Alfa de Cronbach
Autonomía	AU2	0.587 ***	0.776	0.866	0.627	0.874
	AU3	0.651				
	AU5	0.913***				
	AU6	0.951***				
Proactividad	PR3	0.695	0.797	0.877	0.645	0.868
	PR4	0.699***				
	PR5	0.888***				
	PR6	0.905***				
Innovación	IN1	0.816	0.859	0.894	0.738	0.893
	IN2	0.883***				
	IN5	0.877***				
Toma de Riesgos	TR2	0.770	0.758	0.879	0.605	0.878
	TR3	0.528***				
	TR4	0.590***				
	TR5	0.961***				
	TR6	0.940***				
Agresividad Competitiva	A2	0.780***	0.861	0.921	0.745	0.927
	A3	0.821				
	A4	0.896***				
	A5	0.946***				
Capacidad de Innovación	CI1	0.796***	0.768	0.853	0.594	0.853
	CI4	0.669***				
	CI5	0.831				
	CI6	0.777***				

Nota: Medidas de bondad de ajuste: $\chi^2/g.l = 1.702$; $RMSEA = 0.060$; $IFI = 0.873$; $CFI = 0.870$ Valor significativo: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***) : $p < 0.001$.

Los resultados de la Tabla 15 indican que todas las variables bajo estudio tienen una fiabilidad satisfactoria, según el Índice de Fiabilidad Compuesta. Esto significa que los ítems seleccionados para medir las variables están relacionados de manera consistente con sus respectivas variables latentes. Además, se observa que una cantidad significativa de varianza de cada variable latente es descrita por los ítems de la escala, como se refleja en el Índice de Varianza Extraída. Los resultados sugieren que las escalas usadas cumplen adecuadamente con la medición de los conceptos investigados, además que proporcionan una representación confiable de los constructos analizados. Así mismo, en cuanto al alfa de Cronbach, se confirma la existencia de fiabilidad interna de los ítems, ya que la totalidad supera los valores recomendados.

Asimismo, en la Tabla 15 se detallan los indicadores de ajuste del modelo, evaluados mediante una serie de métricas. Dado que se sitúa entre 1 y 3, el valor chi-cuadrado dividido por los grados de libertad ($\chi^2/g.l$) de 1.702 indica un ajuste adecuado del modelo. El *RMSEA* que es de 0.060 y se sitúa por debajo del umbral propuesto de ≤ 0.06 , indica un ajuste satisfactorio entre el modelo teórico y los datos observados. Del mismo modo, los índices de ajuste incremental, como el Índice de Ajuste Comparativo y el Índice de Ajuste Incremental, que presentan valores de 0.870 y 0.873, respectivamente, demuestran un ajuste adecuado del modelado. Combinados, estos indicadores apuntan a un ajuste satisfactorio del modelo.

Cabe destacar que cada variable evaluada inicialmente contaba con un conjunto total de seis ítems. No obstante, en la tabla anterior, no se incluyen todos estos ítems, ya que durante el proceso de construcción del modelo de medida, algunos fueron excluidos. Esta exclusión se implementó basado en criterios rigurosos, como las cargas factoriales estandarizadas y los parámetros del IFC e IVE. Aquellos ítems que no cumplían con los requisitos de ajuste establecidos fueron eliminados,

garantizando así que solo los ítems más robustos y consistentes entre variables se incorporaran en el análisis final.

4.10.2.1.3 Validez de constructo de la Orientación Emprendedora y la Capacidad de Innovación

Vila et al. (2000), comparten que la validez de una escala se manifiesta cuando logra medir con precisión la variable latente que se pretende evaluar; Sarabia (1999), explica que validez hace referencia al nivel en el cual un cuestionario (en este caso), evalúa con precisión el constructo que se está investigando. Cuando una escala presenta tanto validez discriminante como convergente, se dice que tiene validez de constructo (Vila et al., 2000). Cuando se recurren a diferentes instrumentos para la medición de un mismo componente o variable y existe una correlación sustancial entre ellos, se confirma la validez convergente. Por el contrario, la validez discriminante se obtiene una vez que existen correlaciones mínimas entre varios instrumentos destinados a medir variables latentes distintas (Anderson y Gerbing, 1988).

En síntesis, cuando una escala no mide un constructo para el que no fue concebida, se dice que tiene validez discriminante. Para determinar tanto la validez convergente como la discriminante se emplean diversas técnicas, como el análisis de las cargas factoriales mediante pruebas estadísticas y el análisis de intervalos de confianza (Vila et al., 2000). De acuerdo con Hair et al. (1998), la validez convergente requiere que la media de las cargas factoriales de cada factor sobrepase el valor de 0.7 de media, además de la significación estadística. Tal y como queda evidenciado en la Tabla 15, en este caso se cumple el requisito de que las medias de las cargas factoriales se posicionan por encima de 0.7, lo que garantiza la validez convergente en este estudio.

Así, cuando se utiliza el enfoque *Heterotrait-Monotrait* (abreviado como *HTMT*), la validez discriminante es igualmente discutida. Hamid et al. (2017) afirman que aplicar el *HTMT* como un parámetro, requiere compararlo con valor umbral

previamente definido; en caso de que el valor del *HTMT* exceda este límite, se interpreta como la ausencia de validez discriminante; por lo tanto, valores cercanos a 1 significan falta de validez discriminante. Mientras que algunos autores, como Kline (2011), abogan por un umbral por debajo de 0.85, otros, como Gold et al. (2001), discrepan y aconsejan una barrera inferior a 0.90. Una vez establecido lo anterior, los resultados para la capacidad de innovar y los elementos que conforman a la orientación emprendedora pueden observarse en la próxima tabla:

Tabla 16

Validez discriminante de acuerdo a la técnica HTMT.

VARIABLES	CI	AU	PR	TR	A	IN
CI	-					
AU	0.655	-				
PR	0.819	0.587	-			
TR	0.233	0.029	0.378	-		
A	0.042	0.019	0.108	0.639	-	
IN	0.857	0.72	0.786	0.345	0.034	-

Nota: Desarrollo original basado en los resultados provenientes de las encuestas.

La Tabla 16 detalla la matriz de correlación de las variables vinculadas con la orientación emprendedora (representadas como AU, PR, TR, IN, A) y la capacidad de innovación (CI). Los valores en la diagonal principal son todos cercanos a 1, lo que significa que no hay validez discriminante. Al evaluar los datos utilizando el criterio HTMT, la mayoría de las correlaciones están por debajo del umbral de 0.85 sugerido por Kline (2011), lo que indica una discriminación adecuada entre los constructos. Sin embargo, se observa que la correlación entre CI (capacidad de innovación) e IN (innovación) es de 0.857, ligeramente superior al umbral de 0.85 pero inferior al umbral de 0.90 propuesto por Gold et al. (2001). Esto sugiere que, según los estándares de Kline (2011), la validez discriminante entre estas dos

dimensiones podría ser cuestionable, mientras que según los estándares de Gold et al. (2001), aún estaría dentro de los umbrales aceptables.

5 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados del análisis de varianza y del modelado de ecuaciones estructurales, junto con las discusiones correspondientes, se detallan en este capítulo. Estas técnicas fueron aplicadas para alcanzar las metas establecidas en el primer capítulo, que incluye evaluar los niveles de orientación emprendedora y capacidad de innovación de acuerdo al género de la alta gerencia, así como examinar la relación entre estas dos variables clave. A través del análisis de varianza, se exploraron las variaciones significativas de hombres y mujeres considerando los niveles de orientación emprendedora y en su capacidad de innovar. Por su parte, la ejecución de las ecuaciones estructurales ofreció representar las conexiones causales entre los constructos mencionados, brindando una perspectiva más detallada de cómo interactúan las pymes localizadas en Aguascalientes.

5.1 Análisis de resultados con el análisis de varianza (ANOVA)

El software SPSS 23 fue empleado para realizar este análisis, ya que ofrece las herramientas necesarias para evaluar y cuantificar las variables bajo estudio. En este análisis se compara la puntuación promedio en cada uno de los ítems de la dimensión entre ambos grupos categorizados de acuerdo al género de las personas entrevistadas; por igual se muestra el nivel de significancia. Este procedimiento permite identificar si existen o no variaciones significativas a nivel estadístico en los promedios de los grupos de acuerdo a los elementos examinados, lo que permite identificar cómo el género determina los niveles de orientación emprendedora y de capacidad de innovación de las unidades estudiadas.

Seguidamente, se exponen los resultados de este análisis en las siguientes tablas (17, 18, 19, 20, 21 y 22), las cuales detallan las comparaciones de las medias, el valor "p" asociado, y los hallazgos derivados de estas diferencias. Estos resultados no solo proporcionan una perspectiva clara sobre la presencia o ausencia de diferencias significativas en comparación con los grupos, sino que también aportan evidencia empírica para fundamentar nuevas líneas de investigación de acuerdo al tema estudiado.

Tabla 17

Análisis ANOVA en la dimensión de Autonomía de la Orientación Emprendedora.

	Ítem	Mujeres	Hombres	Significancia
AU1	“Desarrolla unidades de trabajo independientes como por ejemplo: «grupos de amigos» para reforzar el pensamiento crítico de nuestros trabajadores.”	1.92	2.04	.954
AU2	“Desarrolla maneras eficaces que permiten a los empleados el acceso a los equipos y los recursos necesarios para poner en práctica sus nuevas ideas.”	3.64	3.34	.576
AU3	“Desarrolla esfuerzos para crear una autonomía de los empleados por medio de acciones tales reglas y procedimientos flexibles.”	3.90	3.64	.096
AU4	“Implementa los cambios estructurales necesarios tales como la formación de grupos pequeños autónomos para estimular nuevas ideas de los trabajadores.”	3.00	3.00	.794
AU5	“Implementa los cambios necesarios para que los trabajadores y empleados sean responsables de mejorar sus actividades laborales.”	3.76	3.48	.343
AU6	“Implementa los cambios necesarios para que los trabajadores y empleados tomen las decisiones más apropiadas en sus actividades laborales.”	3.68	3.62	.326

Nota: Creación propia a partir de los resultados obtenidos de la investigación.

Valoración de los ítems: de 1, que es igual a “totalmente en desacuerdo”, a 5, que es igual a “totalmente de acuerdo”.

Interpretación del ANOVA: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$.

La Tabla 17 revela que, de manera generalizada, las mujeres muestran un nivel ligeramente superior al de los hombres en la mayoría de los ítems relacionados con la dimensión de autonomía, aunque estas diferencias no son significativas estadísticamente. De esta manera, a pesar del mayor nivel de autonomía de las mujeres, no se observan disparidades significativas entre mujeres y hombres en la percepción de esta dimensión de la orientación emprendedora en la totalidad ítems evaluados, ya que todos los valores de significancia (p) exceden el umbral de significancia de 0.05. Esto sugiere que, en esta muestra específica, no hay evidencia estadísticamente significativa para sostener que hay variaciones en la autonomía entre mujeres y hombres en el contexto empresarial estudiado.

Tabla 18

Análisis ANOVA en la dimensión de Innovación de la Orientación Emprendedora.

	Ítem	Mujeres	Hombres	Significancia
IN1	“Tiene una fuerte intención para estimular la innovación con tecnología, productos o procesos administrativos entre sus trabajadores y empleados.”	3.50	3.30	.526
IN2	“Tiene una fuerte intención para estimular la creatividad y experimentación entre sus trabajadores y empleados.”	3.66	3.74	.259

IN3	“Tiene un fuerte compromiso para invertir a largo plazo en nueva tecnología, en innovación y desarrollo y en mejora continua.”	3.02	3.14	0.66
IN4	“Tiene una fuerte intención de implementar iniciativas innovadoras para imitar con éxito a su principal competencia.”	2.24	2.48	.782
IN5	“Tiene una fuerte intención de implementar actividades para mejorar la innovación, para los productos, servicios o procesos.”	3.62	3.64	.542
IN6	“Tiene una fuerte intención de introducir nuevas tecnologías pero aún no han sido probadas en la organización.”	2.60	2.62	.787

Nota: Creación propia a partir de los resultados obtenidos de la investigación.

Valoración de los ítems: de 1, que es igual a “totalmente en desacuerdo”, a 5, que es igual a “totalmente de acuerdo”.

Interpretación del ANOVA: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$.

De acuerdo con la información proporcionada por la Tabla 18, en promedio, los hombres muestran niveles ligeramente más altos que las mujeres en algunos ítems de la dimensión de innovación, mientras que en otros las mujeres destacan ligeramente; sin embargo, estas diferencias no alcanzan significancia estadística. Por lo tanto, no hay variaciones significativas estadísticamente entre mujeres y hombres en ninguno de los ítems evaluados. Estos resultados indican una similitud en la forma en que se percibe la relevancia de la innovación y la disposición para promoverla entre ambos géneros dentro del contexto empresarial estudiado. Aunque las mujeres y los hombres pueden tener diferentes perspectivas y enfoques en cuanto a la innovación, en este caso específico, es notable que sus percepciones

y compromisos en este aspecto parecen estar alineados. Esto sugiere una igualdad en la apreciación de la innovación como un factor estratégico para el progreso en las organizaciones.

Tabla 19

Análisis ANOVA en la dimensión de Toma de Riesgos de la Orientación

Emprendedora.

	Ítem	Mujeres	Hombres	Significancia
TR1	“Compromete una cantidad de recursos importantes para crecer.”	3.64	3.40	.490
TR2	“Invierte en proyectos de alto riesgo que prometen altos ingresos.”	2.42	2.42	.061
TR3	“Invierte en grandes proyectos por medio de la solicitud de préstamos.”	2.32	2.30	.257
TR4	“Utiliza prácticas probadas y técnicas para explorar nuevas oportunidades.”	3.38	3.24	.380
TR5	“Invierte en la adquisición de tecnología de la información.”	2.52	2.52	.076
TR6	“Invierte en la adquisición de información externa de la organización.”	2.30	2.34	.128

Nota: Creación propia a partir de los resultados obtenidos de la investigación.

Valoración de los ítems: de 1, que es igual a “totalmente en desacuerdo”, a 5, que es igual a “totalmente de acuerdo”.

Interpretación del ANOVA: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$.

De acuerdo con la Tabla 19, el análisis de la dimensión correspondiente a la asunción de riesgos revela que en términos generales, de acuerdo con las medias, las mujeres presentan niveles ligeramente superiores a los hombres en algunos

ítems, pero estas diferencias no resultan significativas estadísticamente. De esta manera, no se identificaron variaciones significativas de acuerdo con mujeres y hombres en ninguno de los ítems evaluados, ya que todos los valores de significancia (p) son superiores al umbral de significancia de 0.05. Esto sugiere que, en esta muestra específica, no hay evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existen discrepancias en la toma de riesgos entre mujeres y hombres en el contexto empresarial estudiado.

Tabla 20

Análisis ANOVA en la dimensión de Proactividad de la Orientación Emprendedora.

	Ítem	Mujeres	Hombres	Significancia
PR1	“Adopta métodos creativos de gestión del negocio mejor que la competencia.”	3.16	3.24	.481
PR2	“Tienen nuevos productos o tecnología mejor que la competencia.”	3.10	2.98	.075
PR3	“Tiene una mayor capacidad de producción que la competencia.”	3.40	3.16	.014 (*)
PR4	“Busca oportunidades, tales como nuevos mercados o clientes, para mejorar su posición en el mercado.”	3.70	3.72	.694
PR5	“Se esfuerza por ser “el primero” en la obtención de los beneficios que genera la industria.”	4.08	3.66	.088
PR6	“Supervisa las tendencias tecnológicas e identifica las oportunidades futuras de sus clientes actuales y futuros.”	3.66	3.38	.229

Nota: Creación propia a partir de los resultados obtenidos de la investigación.

Valoración de los ítems: de 1, que es igual a “totalmente en desacuerdo”, a 5, que es igual a “totalmente de acuerdo”.

Interpretación del ANOVA: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$.

El análisis comparativo de la dimensión de proactividad de la Tabla 20 delinea un escenario con resultados que requieren atención. En particular, se identificó una distinción significativa en el ítem PR3, en él, se demuestra que las mujeres identifican poseer una capacidad de producción que supera a la de sus competidores. En este ítem, al ser el valor (p) inferior que 0.05 (*), se confirma una variación estadísticamente significativa en la percepción de la capacidad de producción entre mujeres y hombres en el contexto empresarial estudiado. Sin embargo, en los restantes componentes, no se evidenció ninguna discrepancia significativa entre ambos géneros, ya que los valores de significancia son mayores que 0.05. Estos resultados sugieren que, en general, mujeres y hombres muestran una similitud en la percepción de la proactividad en el ámbito empresarial, pero difieren en la percepción de la capacidad de producción específicamente.

Tabla 21

Análisis ANOVA en la dimensión de Agresividad Competitiva de la Orientación Emprendedora.

	Ítem	Mujeres	Hombres	Significancia
A1	“Adopta métodos creativos de gestión del negocio mejor que la competencia.”	2.76	3.00	.153
A2	“Asume una posición agresiva para adaptarse a los cambios que demanda el mercado.”	2.16	2.32	.128

A3	“Adopta las prácticas comerciales o las técnicas exitosas de la competencia para mejorar su posición competitiva.”	2.00	2.18	.047 (*)
A4	“Adopta la postura competitiva de «hacer a un lado la competencia», cuando ésta sea una amenaza para la organización.”	1.90	2.16	.361
A5	“Utiliza estrategias no convencionales y originales para desplazar a la competencia del mercado.”	1.82	2.08	.525
A6	“Utiliza estrategias de mercado para obtener mayores ventajas competitivas que la competencia.”	2.86	2.70	.433

Nota: Creación propia a partir de los resultados obtenidos de la investigación.

Valoración de los ítems: de 1, que es igual a “totalmente en desacuerdo”, a 5, que es igual a “totalmente de acuerdo”.

Interpretación del ANOVA: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$.

De acuerdo con la Tabla 21, en función de la dimensión de agresividad competitiva, se revela un resultado significativo en el ítem A3, donde la significancia (p) es inferior al umbral de 0.05 (*). Esto indica que los hombres, en contraparte de las mujeres, incorporan en mayor medida prácticas exitosas de sus competidores con el propósito de asegurar su permanencia en el mercado. No obstante, en los demás ítems, no se detectaron distinciones significativas en ambos géneros, ya que los valores son mayores que 0.05. Estos resultados sugieren que, en general, mujeres y hombres muestran similitudes en la percepción de la agresividad competitiva en el ámbito empresarial, pero difieren en la estrategia específica de adoptar las prácticas comerciales de la competencia.

Tabla 22*Análisis ANOVA de la Capacidad de Innovación.*

	Ítem	Mujeres	Hombres	Significancia
CI1	“Nuestra empresa tiene una cultura organizacional que apoya y alienta la innovación.”	3.04	3.00	.863
CI2	“En nuestra empresa, el conocimiento de diferentes recursos es utilizado para actividades de desarrollo de productos eficiente y rápidamente.”	3.72	3.72	.447
CI3	“Nuestra empresa es capaz de reflejar cambios en las condiciones del mercado (como cambios en las preferencias del cliente, productor de la competencia) a los propios productores rápidamente.”	3.10	3.26	.746
CI4	“A los empleados de nuestra empresa se les alienta y apoya.”	3.04	3.04	.133
CI5	“Las nuevas ideas que vienen de los clientes y proveedores son evaluadas continuamente y se tratan de incluir en las actividades de desarrollo de productos.”	3.66	3.48	.395
CI6	“Nuestra empresa se puede adaptar a los cambios ambientales fácilmente y en el corto plazo al realizar mejoras e innovaciones adecuadas a sus productos y procesos.”	3.50	3.34	.571

Nota: Creación propia a partir de los resultados obtenidos de la investigación.

Valoración de los ítems: de 1, que es igual a “totalmente en desacuerdo”, a 5, que es igual a “totalmente de acuerdo”.

Interpretación del ANOVA: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$.

Por último, la Tabla 22 correspondiente a la capacidad de innovación presenta de manera general que las mujeres presentan niveles ligeramente más altos que los hombres en algunos ítems de la capacidad de innovación, aunque estas diferencias no son estadísticamente significativas. Lo anterior no revela variaciones significativas entre mujeres y hombres en ninguno de los ítems. Esto apunta que ambos géneros perciben de manera similar la capacidad de innovación en la organización en términos de la cultura organizacional, el uso eficiente de recursos, la habilidad para adaptarse a las transformaciones del mercado, el apoyo a los empleados y la evaluación de nuevas ideas de clientes y proveedores. Ambos grupos también perciben de manera similar la habilidad de los negocios para adaptarse a transformaciones ambientales y realizar avances e innovaciones en productos y procesos. En resumen, no se perciben variaciones significativas estadísticamente por el género en la interpretación de la habilidad para desarrollar innovaciones en estos aspectos específicos.

5.2 Discusión de resultados del análisis de varianza (ANOVA)

De esta manera, uno de los objetivos del estudio fue estudiar los niveles de orientación emprendedora y capacidad de innovación según el género de la alta gerencia en las pymes de Aguascalientes. Como se ha visto, para ello se realizó un análisis de varianza con el fin de identificar variaciones significativas entre hombres y mujeres en los ámbitos de la capacidad innovadora y la orientación emprendedora. Los resultados del análisis de la varianza muestran que, en términos generales, no existen diferencias significativas desde la estadística entre hombres y mujeres en la mayoría de los aspectos evaluados. A continuación se examinan los resultados específicos de cada dimensión.

Con respecto a la autonomía como un aspecto de la orientación emprendedora, la Tabla 17 señala que no hay evidencia de discrepancias significativas entre mujeres y hombres en la interpretación de la autonomía. Todos los valores de significancia (p) son mayores a 0.05, sugiriendo que ambos géneros tienen percepciones

similares respecto a la implementación de estructuras autónomas y la flexibilización de reglas y procedimientos. Esto indica que tanto hombres como mujeres en posiciones de alta gerencia parecen tener una apreciación similar sobre la necesidad de impulsar la autonomía de los colaboradores de las empresas.

Por otro lado, de acuerdo con la característica o elemento de la innovación correspondiente a la orientación emprendedora, la información reflejada en la Tabla 18 refuerzan la idea de una percepción homogénea entre ambos géneros respecto a la innovación en la orientación emprendedora. No se constataron distinciones significativas en ninguno de los ítems evaluados, sugiriendo que tanto hombres como mujeres comparten una valoración similar sobre la importancia de estimular la creatividad, la inversión en tecnología y la implementación de actividades innovadoras. Este hallazgo puede reflejar un entendimiento compartido sobre la percepción que existe en el innovar, y cómo esto se configura para la competitividad empresarial.

Según la Tabla 19, de acuerdo con el asumir riesgos como un elemento de la orientación emprendedora, no se detectaron diferencias sustanciales entre mujeres y hombres. Esto implica que ambos géneros, al menos dentro del contexto de la muestra estudiada, consideran de manera similar la importancia de comprometer recursos, invertir en proyectos de alto riesgo y adquirir tecnologías de información para aprovechar nuevas oportunidades. La ausencia de diferencias significativas en esta dimensión sugiere una convergencia en la percepción del riesgo como una estrategia necesaria para el crecimiento empresarial.

La proactividad, por igual parte de la orientación emprendedora se refleja en los resultados de la Tabla 20, donde se indica que en general no hay variaciones significativas entre ambos géneros, con la excepción del ítem PR3, donde las mujeres perciben una mayor capacidad de producción en comparación con sus competidores. Este hallazgo sugiere que las mujeres en posiciones de alta gerencia pueden tener una percepción más positiva o autocrítica de la capacidad productiva de sus organizaciones. Sin embargo, en otras expresiones proactivas, tal como la

identificación de oportunidades laborales o la supervisión de tendencias tecnológicas, no se identificaron variaciones de acuerdo al género.

En cuanto a la agresividad competitiva, dimensión del mismo constructo mencionado en párrafos anteriores, se revela una diferencia significativa en el ítem A3, donde los hombres son más propensos en adoptar prácticas comerciales exitosas de sus competidores con el fin de afianzar su presencia en el mercado. No obstante, en el resto de los componentes no se observaron diferencias significativas, sugiriendo que tanto hombres como mujeres adoptan una postura similar respecto a la agresividad competitiva en general. La diferencia observada en A3 podría indicar una ligera tendencia de los hombres a ser más competitivos o adaptativos al incorporar estrategias exitosas de la competencia, mientras que las mujeres podrían adoptar un enfoque más conservador o innovador.

Finalmente, la capacidad de innovación (Tabla 22), tampoco se identificaron variaciones significativas entre mujeres y hombres. Ambos géneros perciben de manera similar la cultura organizacional que apoya la habilidad de innovar, el uso eficiente de los recursos, la adaptabilidad a cambios del mercado y la inclusión de nuevas ideas. Este hallazgo refuerza la idea de que las habilidades para innovar son igualmente valoradas tanto por hombres como mujeres como un factor importante en el contexto empresarial.

En síntesis, los hallazgos del análisis ANOVA demuestran que la mayor parte de los elementos o dimensiones que configuran a la orientación emprendedora y como tal la capacidad de innovación, no se identificaron variaciones significativas en las apreciaciones de mujeres y hombres que dirigen las pymes de Aguascalientes. Las excepciones encontradas en los ítems específicos de proactividad y agresividad competitiva sugieren áreas donde las percepciones de género pueden variar, aunque de manera limitada. Estos hallazgos indican que, en el contexto estudiado, las mujeres y los hombres en posiciones de alta gerencia tienen percepciones y actitudes similares hacia la autonomía, innovación, toma de riesgos, proactividad y capacidad de innovación. Este resultado sugiere un equilibrio en la forma en que

ambos grupos abordan y valoran estas dimensiones estratégicas en las pymes, lo que puede contribuir a una cultura organizacional más inclusiva y colaborativa.

Por otra parte, al contrastar los resultados de esta investigación con los encontrados en otros autores sobre los niveles de la orientación emprendedora y de la capacidad de innovación, se pueden identificar algunas diferencias. Mientras que los datos analizados en el estudio no presentan en su mayoría diferencias significativas en comparación entre los grupos de acuerdo a las dimensiones evaluadas, estudios previos han encontrado resultados distintos en varios aspectos.

Por ejemplo, Pérez-Quintana y Hormiga-Pérez (2012), Reyes et al. (2014), y otros autores posteriores (Pérez-Quintana, 2019; Álvarez, 2019; Liñán et al., 2022; Gorostiaga et al., 2023; Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco, 2023; Yusuf et al., 2024; Vargas-Pérez et al., 2024) constataron variaciones significativas relacionadas con el género en los constructos de orientación emprendedora. Estos autores argumentan que el género sí afecta las dimensiones como la toma de riesgos, la proactividad, la innovación, la agresividad competitiva y la autonomía, sugiriendo que la orientación emprendedora puede ser un determinante clave para las actividades empresariales.

En particular, Reyes et al. (2014) encontraron que las mujeres tienden a ser más cautelosas al asumir riesgos y menos inclinadas a la innovación, aunque se destacan en proactividad, responsabilidad, disciplina e independencia, en comparación con los hombres, quienes muestran mayor iniciativa y liderazgo. Estos hallazgos contrastan con los de esta investigación, donde no fue capaz de identificar variaciones significativas en estas dimensiones, excepto en ciertos ítems específicos, como lo fueron en ciertas características de la proactividad y de la agresividad competitiva.

Además, Liñán et al. (2022) sugieren que las mujeres con una orientación de género más neutral o con rasgos tradicionalmente masculinos tienen una mayor probabilidad de emprender, indicando la incidencia del género con respecto a la asociación de la orientación emprendedora con la innovación. Este hallazgo añade

una perspectiva más matizada al entendimiento de cómo el género puede influir en las actitudes emprendedoras, aspecto que no se observó significativamente en esta investigación, debido a que los hallazgos señalan una percepción homogénea entre géneros en cuanto a la innovación en la orientación emprendedora.

Asimismo, Yusuf et al. (2024), Vargas-Pérez et al. (2024), y Alvarado-Carrillo y Valdivia-Velasco (2023) llegan a la conclusión de que las mujeres evidencian una mayor disposición hacia el emprendimiento, influenciadas por factores como la eficacia personal y el bienestar colectivo, mientras que los hombres tienden a ser más competitivos y a asumir más riesgos. De nuevo, estos hallazgos son distintos a los de esta investigación, donde no se evidenciaron variaciones significativas en la toma de riesgos entre géneros, lo cual sugiere que ambos consideran la importancia de comprometer recursos e invertir en proyectos de alto riesgo de manera similar.

Por último, Bathia et al. (2019) destacaron la presencia de discrepancias en la capacidad de innovación de acuerdo con el género, observando que los hombres muestran una mayor capacidad en niveles iniciales y medios, mientras que las mujeres sobresalen en niveles de experticia. Estos hallazgos contrastan con los datos obtenidos en esta investigación, que reflejan una apreciación igualitaria entre géneros respecto a la capacidad de innovación, lo que refuerza la idea de que ambos géneros valoran esta capacidad como un elemento clave para la sostenibilidad y la prosperidad en el campo de los negocios.

De esta manera, mientras que este estudio no detecta distinciones significativas entre las categorías de personas analizadas en la mayor parte de los elementos o dimensiones consideradas, los hallazgos de otros estudios muestran variaciones notables en cómo cada género aborda y valora la orientación emprendedora y la capacidad de innovación, lo que podría sugerir que pueden existir factores contextuales, culturales que expliquen estas discrepancias en los hallazgos.

5.3 Análisis de resultados con el modelo de ecuaciones estructurales.

Una vez concluida la fase de validación del modelo de medición, se examinó la disposición de las conexiones entre las variables latentes sugeridas en el marco teórico mediante un análisis factorial confirmatorio. Este análisis estructural es esencial para evaluar la hipótesis del estudio, que sugiere que el género de la alta dirección de las pymes de Aguascalientes afecta significativamente a la incidencia de la orientación empresarial en la capacidad de innovación. Además de confirmar o refutar la hipótesis, el análisis estructural pretende entender la esencia de los constructos de interés y el alcance de sus conexiones.

Con el fin de realizar el estudio para comprobar la hipótesis se empleó un análisis multigrupo dentro del marco del modelado de ecuaciones estructurales para verificar si existe o no una diferencia significativa en el efecto de la orientación emprendedora en la capacidad de innovación de acuerdo al género. Esta técnica, de acuerdo a Blasco et al. (2016), permite evaluar la invariancia de los componentes del modelo teórico entre diferentes grupos, asegurando que las relaciones observadas entre las variables sean comparables entre ambos géneros. Al aplicar el análisis multigrupo, se podrá determinar si los patrones de asociación y las magnitudes de los vínculos que existen en orientación emprendedora con la capacidad de innovación varían según el género, brindando una comprensión más profunda y diferenciada de cómo estos factores interactúan.

El análisis multigrupo es especialmente relevante para esta investigación, ya que permite explorar si los mismos constructos son medidos de manera equivalente en los grupos de mujeres y hombres, lo que es fundamental para realizar comparaciones válidas entre ellos (Molina-Castro et al., 2022). Además, esta técnica permite agregar restricciones progresivas al modelo para evaluar diferentes niveles de invarianza, como las cargas en los factores, los valores de interceptación y las varianzas de error, asegurando así que cualquier diferencia observada sea genuinamente atribuible a diferencias entre los grupos y no a errores de medición o sesgos en los instrumentos utilizados (Blasco et al., 2016). Con ello, se busca obtener resultados que aporten una visión más integral sobre cómo el impacto de la

orientación emprendedora en la capacidad de innovación puede diferir según el género en el contexto de las pymes.

Así mismo, y con el fin de dar seguimiento al análisis, es fundamental retomar la información presentada en la Tabla 14 para interpretar correctamente los hallazgos del análisis estructural y proceder a la comprobación de la hipótesis. Se establecen como valores aceptados para los índices de bondad de ajuste en modelos estructurales que el chi-cuadrado dividido en los grados de libertad debe situarse entre 1 y 3; respecto al índice RMSEA, un valor aceptable es aquel igual o menor a 0.060 (Hu y Bentler, 1998). A su vez, los índices de ajuste incremental, como el IFI y el CFI, se consideran adecuados cuando son superiores a 0.8 y cercanos a 0.9 (Segars y Grove, 1993; Escobedo et al., 2016). Adicionalmente, es importante tener en cuenta que, para evaluar la significancia de los parámetros, un valor de t superior a 1.96 indica significancia a un nivel de $p < 0.05$; si es mayor que 2.576, indica significancia a un nivel de $p < 0.01$; y si supera 3.291, indica significancia a un nivel de $p < 0.001$ (Vila et al., 2000).

Establecido lo anterior, la Tabla 23 presenta la trayectoria de la orientación emprendedora con la capacidad de innovación considerando a la totalidad de los encuestados, tanto mujeres como hombres. Esta tabla ofrece una visión inicial de cómo estos dos constructos se relacionan en el conjunto completo de la muestra. La técnica de modelado de ecuaciones estructurales se empleó en el análisis con el objetivo de evaluar la fuerza y dirección de la incidencia de las variables explicadas anteriormente, sin distinguir entre los diferentes grupos de género. Los resultados permiten identificar patrones generales y establecen un punto de referencia para el análisis multigrupo posterior, donde se analizarán posibles diferencias de género en esta misma relación.

Tabla 23

Incidencia de la Orientación Emprendedora en la Capacidad de Innovación de forma general.

Relación estructural	Carga factorial estandarizada	C.R. (t)	Significancia
Orientación Emprendedora→ Capacidad de Innovación	.934	2.529	.011 (*)

Nota: Elaboración propia. Medidas de bondad de ajuste: $\chi^2/gl= 1.577$; RMSEA= 0.054; IFI= 0.900; CFI=0.896. Valor significativo: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$

Los resultados del análisis del modelo estructural general (que evalúa la asociación entre la orientación emprendedora con la capacidad de innovación) para hombres y mujeres sin distinción se muestran en la Tabla 23. De esta manera, el coeficiente estándar de esta relación es de 0.934, lo que indica una asociación fuerte y favorable entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación. Una puntuación cercana a 1 sugiere que la capacidad de innovación en las organizaciones examinadas aumenta a la par que la orientación emprendedora.

El valor de C.R. (t) es 2.529, lo cual es mayor que el valor crítico de 1.96, indicando que la relación es estadísticamente significativa (Vila et al., 2000). Así mismo, el valor de significancia asociado es 0.011, por debajo del umbral de 0.05 (*), permitiendo identificar que es significativa estadísticamente (Molina, 2017). Esto conlleva la existencia de evidencia estadística suficiente para concluir que una mayor orientación emprendedora se encuentra significativamente relacionada con una mayor capacidad de innovación. El valor de 1.577 es menor que 3, lo que refleja una buena adecuación del modelo de acuerdo con lo establecido por Hu y Bentler (1998).

Lo anterior sugiere que el modelo es congruente con los datos obtenidos y es apropiado para interpretar los resultados. En cuanto al RMSEA, el valor de 0.054 está por debajo del umbral de 0.06, demostrando una adecuada adaptación del modelo con los datos examinados (Hu y Bentler, 1998). El valor IFI de 0.900 sugiere un ajuste adecuado del modelo. Así mismo, el valor de CFI de 0.896 también se acerca a 0.90, lo cual es considerado un indicador de buen ajuste (Segars y Grove, 1993; Escobedo et al., 2016).

Por otra parte, se presenta el análisis multigrupo que examina las diferencias en el efecto de la orientación emprendedora con la capacidad de innovación entre mujeres y hombres. Este análisis se ejecutó con el objetivo de evaluar si las asociaciones entre estas dos variables difieren significativamente entre los dos grupos de género, utilizando el modelado de ecuaciones estructurales, aplicando el modelo primero al grupo de hombres y después al de mujeres. De esta manera, fue posible comparar los parámetros obtenidos en cada grupo y determinar la existencia de variaciones significativas en la incidencia de las variables de acuerdo con el género. La Tabla 24 muestra los hallazgos obtenidos al aplicar restricciones al modelo, permitiendo determinar si la incidencia entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación es invariante entre mujeres y hombres o si, a la inversa, existen variaciones significativas que reflejan la influencia del género en estos constructos.

Tabla 24

Incidencia de la Orientación Emprendedora en la Capacidad de Innovación de acuerdo al género.

Relación estructural	Carga factorial estandarizada	C.R. (t)	Significancia
Orientación	H: .889	1.012	.311
Emprendedora→ Capacidad de Innovación	M: .927	2.014	.044 (*)

Nota: Elaboración propia. Medidas de bondad de ajuste: $\chi^2/gf= 1.577$; RMSEA= 0.054; IFI= 0.900; CFI=0.896. Valor significativo: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$. H: Hombres, M: Mujeres.

La Tabla 24 brinda los resultados mediante el análisis multigrupo para la prueba de hipótesis planteada desagregada por género (hombres y mujeres). Este análisis permite visibilizar la existencia o no de variaciones significativas en esta relación en virtud del género de los encuestados. Para el grupo de hombres, la carga factorial estandarizada del efecto que tiene la orientación emprendedora en la capacidad de innovación es 0.889. El valor del C.R. (t) es 1.012, que es inferior al valor crítico de 1.96, indicando que esta conexión no resulta estadísticamente significativa en este grupo (Vila et al., 2000). Además, el nivel de significancia es 0.311, claramente superior al umbral de 0.05, esto sugiere que, para los hombres de la muestra, la orientación emprendedora no causa ningún efecto estadísticamente significativo sobre la capacidad de innovación (Molina, 2017).

En contraste, para el grupo de mujeres, la carga factorial estandarizada es de 0.927, indicando una asociación positiva y más fuerte entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en comparación con los hombres. El valor de C.R. (t) es 2.014, que es superior al valor crítico de 1.96, lo que indica que esta relación es estadísticamente significativa (Vila et al., 2000). El umbral de significancia asociado es 0.044, por debajo de 0.05 (*), lo que permite mostrar que los resultados son significativos con una certeza del 95% (Molina, 2017). Por lo tanto, se indica que

para las mujeres de la muestra, existe una incidencia positiva y significativa de la orientación emprendedora con la capacidad de innovación.

Las medidas de bondad de ajuste del modelo estructural utilizado para este análisis muestran resultados favorables: el valor de chi-cuadrado/gl es 1.577, que se encuentra dentro del rango aceptable (por debajo de 3), indicando un ajuste aceptable del modelo; el valor de RMSEA es 0.054, lo cual sugiere un ajuste adecuado (menor a 0.06) (Hu y Bentler, 1998). Los índices de ajuste incremental (IFI) y de comparación (CFI) son 0.900 y 0.896, respectivamente, reflejando que el modelo tiene una adecuada correspondencia con los datos (Segars y Grove, 1993; Escobedo et al., 2016).

Tabla 25

Resultados de la prueba de hipótesis del modelo estructural.

Trayectoria	Modelo de igualdad (restricción)	Modelo libre	Diferencia de Chi cuadrada y grados de libertad	Significancia	Estimados Beta del Modelo libre	Resultado
Orientación Emprendedora → Capacidad de Innovación	Chi cuadrada: 1277.4 Gl: 726	Chi cuadrada: 1230.2 gl: 723	Chi cuadrada: 47.2 gl: 3	0.011 (*)	Mujeres: 0.927 (*) Hombres: 0.889	Aceptada

Nota: Medidas de bondad de ajuste: chi/gl= 1.577; RMSEA= 0.054; IFI= 0.900; CFI=0.896. Valor significativo: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$

Por último, en virtud de la hipótesis planteada sobre la diferencia significativa en la relación entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación según el género de la alta gerencia de las pymes de Aguascalientes, los resultados de la prueba de hipótesis en el modelo estructural indicados en la Tabla 25 brinda hallazgos importantes. Primero, al comparar el modelo de igualdad con el modelo libre, se observa una diferencia significativa en la chi cuadrada, con un valor de 47.2 y 3 grados de libertad. Esta discrepancia indica que el modelo libre se ajusta

significativamente mejor que el modelo de igualdad, lo que sugiere que la relación entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación varía según el género de la alta gerencia.

En consecuencia, la hipótesis de que existe una diferencia significativa en la relación entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en función del género de la alta gerencia de las pymes de Aguascalientes se acepta. Estos hallazgos sugieren que el género puede influir en la fuerza y la naturaleza de la relación entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes, lo que resalta la importancia de considerar las dinámicas de género en el contexto empresarial.

De esta manera, según el análisis realizado, se demuestra que la conexión de las variables varía significativamente según el género. Mientras que para las mujeres esta incidencia es positiva y significativa, para los hombres no se observa un efecto estadísticamente significativo. Esto sugiere que la orientación emprendedora podría tener un efecto diferencial en la capacidad de innovación dependiendo del género, lo que puede ser relevante para diseñar políticas o estrategias específicas para fomentar la innovación.

Es importante tener en cuenta que los hallazgos expuestos en las Tablas 23, 24 y 25 son específicos de la muestra analizada en este estudio y pueden no ser generalizables a otras poblaciones o contextos empresariales. La naturaleza de la muestra utilizada, seleccionada de manera conveniente para representar las pymes de Aguascalientes, limita la capacidad de extrapolar estos hallazgos a un contexto más amplio. Sin embargo, a pesar de esta limitación, los resultados siguen siendo significativos y valiosos para comprender el panorama empresarial en Aguascalientes.

5.4 Discusión de resultados con el modelo de ecuaciones estructurales

Los hallazgos presentados en el apartado anterior visibilizan una visión detallada de la dinámica entre los constructos analizados, considerando el género de la alta

gerencia, lo que puede proporcionar información útil para los líderes de sectores empresariales a nivel local, así como a los formuladores de políticas y programas públicos. Además, estos resultados están en condiciones de constituir el inicio para investigaciones futuras interesadas en explicar las relaciones entre estas variables en un contexto más amplio y diverso, permitiendo así un entendimiento más exhaustivo de los elementos que intervienen el éxito empresarial en la región de Aguascalientes.

Al contrastar estos descubrimientos con estudios previos, se observan tanto coincidencias como divergencias que enriquecen el análisis y comprensión del fenómeno estudiado. Por ejemplo, Valdez et al. (2019), concluyeron que la globalización ha impulsado a las pymes a desarrollar estrategias de orientación emprendedora para fortalecer su competitividad e innovación. Los autores destacan que la orientación emprendedora influye de manera significativa en la innovación y la rentabilidad de las pequeñas y medianas organizaciones, lo que se alinea con los hallazgos de la investigación en virtud de la incidencia positiva entre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación. Por otro lado, Valdez et al. (2019), no diferencian los resultados en función del género, lo que limita la comparación directa con los hallazgos de esta investigación, donde se enfatiza una variabilidad significativa según el género de la alta gerencia.

En términos semejantes, el trabajo de Vega et al. (2020) encontró que componentes específicos de la orientación emprendedora, como el asumir riesgos y ser proactivo, tienen un efecto positivo en la innovación de las organizaciones, aunque la capacidad de innovación no alcanzó significación estadística en su muestra. Esto difiere con los resultados del presente estudio, donde tanto para mujeres como hombres la relación entre orientación emprendedora e innovación es significativa, podría deberse a factores contextuales no considerados en el estudio de Vega et al. (2020), como las diferencias culturales o las condiciones específicas del mercado local de Aguascalientes.

Por otro lado, Makhoulfi et al. (2021) encontraron que la capacidad absorbente y el aprendizaje organizacional desempeñan un rol de mediación en la vinculación de la orientación emprendedora y capacidad de innovación. Aunque la presente investigación no aborda directamente estos factores mediadores, es importante considerar que el género puede influir en la forma en que estas capacidades mediadoras se desarrollan y operan dentro de las pymes. El hallazgo de que la relación es más fuerte para las mujeres en posiciones de alta gerencia podría sugerir en próximas investigaciones que éstas líderes femeninas son más efectivas en fomentar un entorno de aprendizaje organizacional o en desarrollar la capacidad absorbente, lo cual podría fortalecer la conexión de las variables analizadas en este estudio.

Las investigaciones de Sánchez-García et al. (2022), Sánchez-García et al. (2023) así como las de Anzules-Falcones y Novillo-Villegas (2023), se resalta la importancia de combinar una sólida orientación emprendedora con otros factores contextuales, como redes emprendedoras, capacidades de aprendizaje, flexibilidad y aprovechamiento de externalidades, para potenciar la innovación en diversos sectores. Esta perspectiva proporciona una posible explicación para los hallazgos encontrados en esta investigación, que muestran un coeficiente Beta superior para las mujeres. Podría ser que las mujeres en puestos de alta gerencia utilicen más eficazmente estos factores contextuales, como las redes y las capacidades de aprendizaje, lo cual refuerza el efecto de la orientación emprendedora en la capacidad de innovación. Esto destaca la importancia de considerar no sólo el género, sino también otros factores contextuales que pueden afectar la habilidad para innovar en las pymes.

Además, los estudios de Lutfi y Nupus (2023) y Pala y Ayaydin (2023) muestran que la orientación emprendedora incide en la generación de innovaciones de productos y en el desempeño en marketing, con un énfasis particular en contextos específicos, así como en sectores industriales específicos como las empresas turcas. Estas investigaciones subrayan que la orientación emprendedora se constituye como una táctica impulsora a de innovación en diversos contextos. Las evidencias de la

presente investigación brinda una perspectiva complementaria al mostrar que el género de la alta gerencia es un factor que puede influir significativamente en la capacidad de las pymes para innovar, lo cual podría tener implicaciones importantes en la creación de políticas y estrategias centradas en la promoción del desarrollo empresarial, tomando en cuenta las distinciones por género.

Por último, Yu et al. (2023), exploran la influencia de la orientación emprendedora en la innovación sostenible en nuevas empresas chinas, mediada por el aprendizaje ambidiestro, que equilibra la exploración y explotación en el aprendizaje organizacional. Aunque esta investigación no analiza directamente el concepto de aprendizaje ambidiestro, las evidencias señalan que las mujeres en alta gerencia podrían tener una mayor capacidad para gestionar este equilibrio, aprovechando mejor las oportunidades de innovación, lo cual se refleja en el mayor coeficiente Beta observado para ellas.

En resumen, los datos obtenidos en esta investigación aportan un enfoque actualizado sobre las interacciones de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación al considerar el género de la alta gerencia como un factor diferenciador. Mientras que los estudios previos generalmente coinciden en una asociación positiva de la orientación emprendedora con la innovación, los hallazgos presentados indican que el género puede influir de manera sustancial en la intensidad y naturaleza de esta relación. Este análisis enfatiza la relevancia de un análisis con mayor detalle en cómo el género, el contexto organizacional, y las capacidades mediadoras pueden modificar estas dinámicas, proporcionando un terreno fértil para futuras investigaciones que busquen desarrollar una interpretación más completa de los elementos o variables que influyen en la innovación de las empresas de diferentes regiones y sectores.

6 CONCLUSIONES

Este capítulo reúne las conclusiones de la investigación, ofreciendo un análisis de los principales aspectos abordados en el estudio. El punto de partida es una explicación del objetivo general, que delimita el contexto necesario para analizar cómo la orientación emprendedora influye en la capacidad de innovar en las pymes ubicadas en el estado de Aguascalientes. Así mismo, se presentan los hallazgos y aportaciones del estudio, destacando los indicios que ayudan a entender cómo las variables estudiadas se desenvuelven en el contexto de las organizaciones analizadas.

Por igual, se exploran los hallazgos más relevantes, así como el abordaje de las implicaciones de estos hallazgos en cuatro dimensiones clave: social, teórica, académica y empresarial. Las implicaciones sociales sugieren posibles enfoques con perspectiva de género para futuras investigaciones, mientras que las teóricas contribuyen al enriquecimiento de los saberes en el ámbito de la orientación emprendedora e innovación. Las implicaciones académicas subrayan la importancia de integrar estos conceptos en programas formativos, y las empresariales ofrecen recomendaciones para la aplicación práctica de los resultados en el entorno corporativo, destacando la necesidad de una mayor colaboración entre la administración pública, las instituciones universitarias, y el ámbito privado para fomentar la innovación en las pymes.

6.1 Objetivo general de la investigación

El enfoque principal de esta investigación se centró en analizar la incidencia de la orientación emprendedora en la capacidad de innovación en función del género de la alta gerencia en las pymes de Aguascalientes. A lo largo del estudio, se buscó identificar si existen diferencias significativas en estos aspectos, considerando la función que tiene el género en la administración de estas compañías. En función de este objetivo general, se plantearon varios objetivos específicos, como revisar los niveles de orientación emprendedora y capacidad de innovación en función del

género, así como analizar la relación de estas variables y verificar si existen diferencias significativas, igualmente en virtud del género.

En las conclusiones de este trabajo, se retoman estos objetivos, de manera de verificar si se han cumplido, contrastando los hallazgos empíricos con los planteamientos propuestos. Esto implica no sólo una revisión detallada de la relación que hay entre las variables en función del género, sino también una reflexión sobre las diferencias y patrones observados, aportando así una perspectiva más clara acerca de la influencia de las dinámicas de género en la habilidad para innovar y en la estrategia de la orientación emprendedora.

6.2 Hallazgos y aportaciones

En virtud de los hallazgos que se generaron a través del análisis de varianza y el contraste de hipótesis por medio de la aplicación de las ecuaciones estructurales, revelan una perspectiva más detallada sobre los constructos analizados, con un enfoque particular en las diferencias de género en la alta gerencia. De esta manera, el análisis de varianza permitió evaluar probables variaciones de mujeres y hombres en las dimensiones de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación. Los datos obtenidos señalan que, en líneas generales, no se detectaron variaciones significativas en ambos géneros en la mayoría de las dimensiones evaluadas. Sin embargo, se identificaron excepciones específicas:

1. En la dimensión de Proactividad, se observó que las mujeres perciben una mayor capacidad de producción en comparación con sus competidores (ítem PR3).
2. En la dimensión de Agresividad Competitiva, los hombres mostraron una mayor tendencia a adoptar prácticas comerciales exitosas de sus competidores (ítem A3).

Estos hallazgos sugieren que, aunque existen algunas diferencias específicas en ciertas dimensiones, hombres y mujeres en posiciones de alta gerencia tienden a tener percepciones similares en aspectos clave de la orientación emprendedora, como autonomía, innovación, toma de riesgos y en la capacidad de innovación. Esta convergencia en las percepciones puede reflejar un reconocimiento compartido de la importancia de estos factores para el éxito empresarial, independientemente del género. Además, la homogeneidad de estas percepciones fomenta el establecimiento de una cultura corporativa centrada en la inclusión y equitativa dentro de las pymes de Aguascalientes, en la cual la diversidad de género no se percibe como un obstáculo, sino como un activo que fortalece la elaboración de decisiones planificadas y la habilidad de adaptación en un escenario empresarial caracterizado por su dinamismo.

Por otro lado, los resultados del modelo estructural confirman la premisa de que hay variaciones significativas en la incidencia entre las variables en función del género de la alta gerencia. El análisis mostró una asociación significativa y positiva de la orientación emprendedora en la capacidad de innovación para las mujeres, mientras que para los hombres, es menor, sin alcanzar una significancia estadística. Esto sugiere que la relación entre los constructos se destaca con mayor intensidad en el caso de las mujeres en posiciones de alta gerencia, destacando la influencia del género en esta relación.

En conjunto, aunque los datos derivados de las evaluaciones de varianza y el modelado de ecuaciones estructurales podrían parecer contradictorios a primera vista, se pueden encontrar puntos de convergencia que enriquecen la comprensión de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación de las organizaciones de Aguascalientes. Por un lado, el ANOVA reveló que, en la mayoría de las dimensiones evaluadas, no se identificaron discrepancias en hombres y mujeres en posiciones de alta gerencia, destacando únicamente algunas excepciones en los elementos de proactividad y agresividad competitiva. Sin embargo, los resultados del modelo estructural aportan una perspectiva complementaria al confirmar la hipótesis de una diferencia significativa en el efecto de la orientación emprendedora

con la capacidad de innovar según el género, siendo esta relación más fuerte y positiva para las mujeres.

Aunque estos hallazgos pueden parecer opuestos, convergen al sugerir que, pese a la homogeneidad en las percepciones generales sobre la orientación emprendedora entre géneros, existen matices importantes en cómo estas percepciones se traducen en la capacidad de innovación, especialmente para las mujeres. Este contraste subraya la complejidad del fenómeno estudiado y refuerza la necesidad de un enfoque multidimensional que considere tanto las similitudes como las diferencias de género para diseñar estrategias más inclusivas y efectivas en el contexto de las pymes.

De esta manera, este estudio aporta evidencias valiosas sobre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las organizaciones analizadas, considerando la variable de género en la alta gerencia. La identificación de diferencias específicas y limitadas entre hombres y mujeres ayuda a obtener un entendimiento más profundo referente a cómo las cuestiones de género pueden incidir en las dinámicas empresariales. Además, los hallazgos refuerzan la prioridad de implementar acciones que favorezcan la igualdad en torno al género en el ambiente empresarial, debido a que reconocer y abordar estas diferencias puede ser clave para diseñar políticas públicas y acciones dentro de las organizaciones que reduzcan desigualdades y fomenten un entorno más inclusivo y competitivo.

Este análisis resalta la importancia de contar con datos desagregados por género, lo cual permite una formulación de políticas más informadas y específicas a fin de incentivar la inclusión equitativa de mujeres y hombres en funciones de liderazgo, para disminuir las disparidades de género y al fortalecimiento del capital humano en las pymes. La disponibilidad de estos datos es fundamental con el fin de diseñar y ejecutar directrices normativas, programas o acciones más informadas y específicas que no solo estimulan el involucramiento equitativo de mujeres y hombres en roles de liderazgo y, al mismo tiempo, enfrenten los impedimentos culturales y estructurales que limitan su acceso a estas posiciones.

6.3 Implicaciones de la investigación

Como se mencionaba en el primer capítulo, esta investigación tiene importantes implicaciones sociales al abordar un enfoque desde la perspectiva de género en las pymes de Aguascalientes. Los resultados, que muestran percepciones similares de mujeres y hombres en responsabilidades de la alta gerencia en virtud de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación, sugieren un entorno de trabajo relativamente equitativo en estas empresas. Esto puede alentar a más mujeres a asumir roles de liderazgo, promoviendo la pluralidad de género en los contextos laborales. Además, al identificar áreas específicas donde existen diferencias significativas, como en la proactividad y la agresividad competitiva, esta investigación aporta información valiosa para diseñar políticas públicas y organizacionales que fomenten la participación equitativa de ambos géneros.

Esto contribuye a reducir las brechas de género, además, las políticas públicas deben enfocarse en la creación de programas de mentoría y desarrollo profesional dirigidos a mujeres en roles de liderazgo. Iniciativas de este tipo permitirían que las mujeres en las pymes de Aguascalientes cuenten con redes de apoyo que fortalezcan su capacidad de innovación y liderazgo. La participación de las mujeres en estos roles no solo aporta valor a las organizaciones, sino que también contribuye a la equidad social en la región, al desafiar los estereotipos de género tradicionales en el ámbito laboral mejorando así la justicia social y fortaleciendo el capital humano en el ámbito empresarial.

En el plano teórico, esta investigación contribuye al campo de estudio sobre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación al incorporar el enfoque de género, que hasta ahora ha sido poco explorada. Los hallazgos de que existen tanto similitudes como discrepancias en percepciones de hombres y mujeres que están en posiciones de alta gerencia desafían las teorías tradicionales que no consideran el impacto del género en estos constructos. La confirmación de la hipótesis de que el género incide en las variables de orientación emprendedora y de la capacidad de innovación proporciona nuevas evidencias para teorías emergentes que abogan por una visión más inclusiva y diversa del comportamiento organizacional.

Asimismo, el estudio de las dimensiones específicas de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación desde una perspectiva de género abre nuevas áreas para investigar el comportamiento organizacional. Las futuras teorías deberían considerar cómo las diferencias de género afectan no solo la percepción, sino también la práctica de la innovación en contextos empresariales, desafiando la suposición tradicional de que los hombres y mujeres emprendedores tienen características empresariales similares, por lo que también se sugiere la necesidad de integrar factores contextuales, como el género, en los modelos teóricos que buscan explicar la eficiencia innovadora de las pymes.

En el orden académico, los hallazgos de esta investigación brindan una base empírica consistente para futuros estudios sobre la orientación emprendedora y la capacidad de innovación con enfoque de género. La utilización de métodos como el estudio de varianzas y la construcción de modelos aplicables a las ecuaciones estructurales, proporciona un enfoque metodológico que puede ser replicado en investigaciones futuras. Además, la investigación promueve la discusión académica sobre la importancia de desagregar datos por género para obtener un análisis más detallado y relevante de las dinámicas empresariales. Esto puede influir en la inclusión de perspectivas de género en los programas académicos y en el desarrollo de personas investigadoras y profesionales interesadas en el campo de las pequeñas y medianas empresas así como en el afán de encontrar oportunidades que faciliten la innovación.

Desde esta perspectiva, los resultados no solo refuerzan la importancia de desagregar los datos por género, sino que también sugieren que las instituciones educativas deben promover la inclusión del estudio del género en la formación de futuros investigadores y profesionales. La capacidad para realizar análisis de género detallados en las pymes puede ofrecer a los académicos una mayor comprensión de las dinámicas de innovación en el contexto de pequeñas y medianas empresas, apoyando el desarrollo de investigaciones más complejas y aplicadas.

Por último, desde una perspectiva empresarial, este estudio ofrece consideraciones prácticas sobre la administración y estrategia en las pymes de Aguascalientes. Los hallazgos que destacan la similitud en las percepciones de orientación emprendedora entre géneros, junto con la identificación de áreas donde existen diferencias significativas, pueden ayudar a los líderes empresariales a desarrollar estrategias más inclusivas que valoren la diversidad de género como un activo estratégico. La evidencia de que las mujeres en posiciones de alta gerencia demostrando una conexión más fuerte de la orientación emprendedora con en la capacidad de innovación, sugiere que las empresas podrían beneficiarse al promover más mujeres a roles de liderazgo, reforzando prácticas de gestión inclusivas y adaptativas.

Además, las pymes de Aguascalientes pueden considerar la implementación de políticas organizacionales que promuevan la equidad de género no sólo en términos de liderazgo, sino también en la cultura organizacional. Crear un entorno que valore la diversidad de género en todos los niveles puede mejorar la capacidad de las empresas para innovar y adaptarse a los desafíos del mercado, contribuyendo a su competitividad a largo plazo. Las pymes podrían también beneficiarse al incorporar más mujeres en los equipos de toma de decisiones estratégicas, dada la evidencia de que estas lideran de manera más innovadora y colaborativa. Asimismo, esta investigación puede inspirar la adopción de buenas prácticas organizacionales que fomenten la uniformidad de oportunidades y la innovación en un entorno cada vez más dinámico.

6.4 Limitaciones y futuras líneas de investigación

La investigación ha contribuido significativamente a la comprensión de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes de Aguascalientes, ofreciendo una perspectiva detallada sobre las diferencias y similitudes de género en posiciones de alta gerencia. Este estudio ha permitido identificar áreas clave donde existen convergencias en las percepciones de hombres y mujeres respecto

a factores esenciales para el éxito empresarial, como la autonomía, la innovación, la toma de riesgos, la proactividad, la agresividad competitiva y la capacidad de innovación, al tiempo que ha revelado diferencias específicas en ciertas dimensiones.

Una de las principales limitaciones de este trabajo radica en el uso de una muestra por conveniencia, que si bien ofrece información relevante y específica sobre las pymes de Aguascalientes, no permite generalizar los resultados a otras regiones o contextos empresariales. La determinación de la muestra estuvo fundamentada en la accesibilidad y disposición de las empresas a participar en el estudio, lo cual puede introducir una limitación en la representatividad de los datos. Para futuros estudios, se recomienda ampliar la muestra a un número mayor de empresas. Esta ampliación permitiría obtener datos más generalizables y representar de manera más adecuada la realidad de las pymes a nivel nacional o incluso internacional. Además, se podría implementar una estrategia de muestreo aleatorio para reducir posibles sesgos y garantizar una representación más equilibrada de las empresas en diferentes contextos.

Asimismo, aunque este estudio ha integrado el enfoque de género al analizar las diferencias en la orientación emprendedora y la capacidad de innovación entre hombres y mujeres en la alta gerencia, esta perspectiva podría enriquecerse aún más mediante la integración de nuevos enfoques teóricos y metodológicos. Las investigaciones futuras podrían explorar cómo las variables de género interactúan con otros factores, como la magnitud de la organización, el ámbito económico, el nivel educativo y la experiencia profesional, para influir en la orientación emprendedora y la capacidad de innovación. Además, se sugiere investigar cómo las diferencias culturales y sociales afectan la percepción y el desarrollo de estas capacidades en diferentes contextos organizacionales y geográficos.

Un área prometedora para futuras investigaciones es la visibilización de las desigualdades que prevalecen en virtud del género en aspectos empresariales, particularmente en el acceso a posiciones de liderazgo y la habilidad para llevar a

cabo decisiones a nivel estratégico. Aunque este estudio no encontró variaciones significativas en los niveles de orientación emprendedora y capacidad de innovación entre hombres y mujeres en la alta gerencia, es necesario profundizar en los posibles obstáculos y desafíos específicos que las mujeres enfrentan para alcanzar y mantener estos roles. Por ejemplo, estudios cualitativos podrían explorar los obstáculos estructurales, socioculturales y personales que restringen la inclusión de mujeres en altos cargos, así como las estrategias que han empleado para superarlas. Estos estudios pueden proporcionar un contexto más rico y detallado acerca de las vivencias de las mujeres en el campo de los negocios, complementando los hallazgos cuantitativos de este estudio.

Otro aspecto que merece mayor atención en estudios venideros es el efecto de las estrategias, acciones gubernamentales y programas estratégicos nacionales en la disminución de las disparidades que se generan en mujeres y hombres en el sector empresarial. La investigación podría enfocarse en evaluar la efectividad de dichas estrategias en pro de la igualdad, analizando cómo influyen en la inclusión de las mujeres en puestos directivos y en el desarrollo de capacidades emprendedoras e innovadoras. También sería pertinente explorar cómo estas políticas pueden ser mejoradas o ajustadas para fomentar una mayor inclusión y equidad en el marco de las empresas pequeñas y medianas.

En relación con la agenda pública, es crucial que futuras investigaciones contribuyan a nutrir los programas nacionales estratégicos, proporcionando evidencia empírica que apoye la formulación de políticas más inclusivas. Al integrar los hallazgos de investigaciones cualitativas y cuantitativas, se pueden diseñar intervenciones más efectivas para cerrar las brechas de género en las pymes y fomentar un entorno empresarial más inclusivo. Asimismo, estudios longitudinales que analicen los cambios en las percepciones de la construcción del género y en el involucramiento de las mujeres en posiciones de liderazgo a lo largo del tiempo podrían ofrecer una visión más clara de los efectos de las intervenciones políticas y sociales en el ámbito empresarial.

Finalmente, aunque esta investigación se ha centrado en las valoraciones de hombres y mujeres en posiciones de alta gerencia, se sugiere que futuras líneas de investigación exploren otros niveles jerárquicos dentro de las organizaciones para comprender mejor cómo se distribuyen las percepciones y actitudes hacia la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en diferentes capas de la estructura organizacional. La incorporación de perspectivas de empleados en niveles medios y operativos podría revelar nuevas dinámicas y proporcionar una imagen más completa de cómo se percibe y se práctica la innovación y el emprendimiento en las organizaciones de Aguascalientes y del país.

En conclusión, las restricciones que presenta esta investigación, tales como la muestra por conveniencia y la necesidad de integrar más perspectivas cualitativas y de género, abren una serie de oportunidades para futuras investigaciones. Estas oportunidades incluyen la ampliación de la muestra a otros contextos, la incorporación de estudios cualitativos sobre las experiencias de las mujeres en el liderazgo empresarial, y la valoración del efecto de políticas públicas en la disminución de las desigualdades derivadas del género. Al abordar estas limitaciones y explorar nuevas líneas de investigación, es factible aportar de forma sustancial al avance de una comprensión más inclusiva y detallada de la orientación emprendedora y la capacidad de innovación en las pymes, fortaleciendo así la agenda pública y los programas estratégicos nacionales en favor de una mayor igualdad de oportunidades en el contexto empresarial, y por ende, en todos los sectores de la sociedad.

7 REFERENCIAS

- Acs, Z., y Armington, C. (2004). Employment Growth and Entrepreneurial Activity in Cities. *Regional Studies*, 38(8), 911–927. <https://doi.org/10.1080/0034340042000280938>
- Ahmed, P. K., y Sheperd, C. D. (2012). *Administración de la innovación* (L. Ramos y C. Ramos, Eds.; 1 ed.). Pearson.
- Akman, G., y Yilmaz, C. (2008). Innovative capability, innovation strategy and market orientation: an empirical analysis in turkish software industry. *International Journal of Innovation Management*, 12(01), 69–111. <https://doi.org/10.1142/S1363919608001923>
- Allen, E., Elam, A., Langowitz, N., y Dean, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Report on Women and Entrepreneurship*.
- Alrowwad, A., Abualoush, S. H., y Masa'deh, R. (2020). Innovation and intellectual capital as intermediary variables among transformational leadership, transactional leadership, and organizational performance. *Journal of Management Development*, 39(2), 196–222. <https://doi.org/10.1108/JMD-02-2019-0062>
- Alsos, G. A., y Ljunggren, E. (1998). Does the business start-up process differ by gender? - A longitudinal study of nascent entrepreneurs. *Journal of Enterprising Culture*, 06(04), 347–367. <https://doi.org/10.1142/S0218495898000205>
- Altman, D. G., y Bland, J. M. (2002). Commentary on Quantifying Agreement between Two Methods of Measurement. *Clinical Chemistry*, 48(5), 801–802. <https://doi.org/10.1093/clinchem/48.5.801>
- Alvarado-Carrillo, A., y Valdivia-Velasco, M. (2023). Orientación emprendedora y rendimiento empresarial: Un estudio de género. *ConCiencia Tecnológica*, 65, 48–60.
- Álvarez, F. (2018). *Los efectos de la Orientación Emprendedora y las Redes de Colaboración Gerenciales en el Rendimiento de la Pequeña y Mediana Empresa*

(PYME) del sector Cuero-Calzado del estado de Guanajuato. Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- Álvarez, F. (2019). Gerentes y Emprendedoras. El efecto de la orientación emprendedora en el rendimiento de la PyME Guanajuatense del sector cuero-calzado por medio de ecuaciones estructurales (SEM-PLS). *UPGTO Management Review*, 4(2).
- Anderson, J. C., y Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., y Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279–303. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00012-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00012-3)
- Anzules-Falcones, W., y Novillo-Villegas, S. (2023). Innovation Capacity, Entrepreneurial Orientation, and Flexibility: An Analysis from Industrial SMEs in Ecuador. *Sustainability*, 15(13), 10321. <https://doi.org/10.3390/su151310321>
- Arrogante, O. (2018). Modelos de ecuaciones estructurales en Enfermería: metodología y aplicación en la investigación enfermera. *Index Enferm*, 27(1–2), 67–71.
- Arzubiaga Orueta, U., Iturralde Jainaga, T., y Maseda García, A. (2012). La medición de la Orientación Emprendedora en las empresas familiares: una revisión crítica de la literatura. *European Journal Of Family Business*, 2(2), 57–71. <https://doi.org/10.24310/ejfbefjb.v2i2.4029>
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (14a ed.). Cengage Learning.
- Bagozzi, R. P., y Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8–34. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>

- Basso, O., Fayolle, A., y Bouchard, V. (2009). Entrepreneurial Orientation: The Making of a Concept. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 10(4), 313–321. <https://doi.org/10.5367/000000009790012327>
- Bathia, S., Castro-Hernandez, E., Goyal, M., Ojala, A. F., y Sidhu, I. (2019). Comparative Analysis of Innovation Capability: Examining Across Career Strata and Gender using Item Response Theory Approach. *2019 IEEE International Conference on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC)*, 1–9. <https://doi.org/10.1109/ICE.2019.8792605>
- Bedoya, M., y Arango, B. (2017). Orientación Emprendedora, Recursos y Capacidades: Una Revisión de su Marco Conceptual para la Innovación. *Espacios*, 38(38), 11–32.
- Berg, N. G. (1997). Gender, place and entrepreneurship. *Entrepreneurship y Regional Development*, 9(3), 259–268. <https://doi.org/10.1080/08985629700000015>
- Betáková, J., Okreglicka, M., y Havierníková, K. (2021). Entrepreneurial Orientation of Male and Female Entrepreneurs in Small Firms. *TEM Journal*, 1307–1313. <https://doi.org/10.18421/TEM103-38>
- Bigelow, L., Lundmark, L., McLean Parks, J., y Wuebker, R. (2014). Skirting the Issues: Experimental evidence of gender bias in IPO prospectus evaluations. *Journal of Management*, 40(6), 1732–1759. <https://doi.org/10.1177/0149206312441624>
- Blasco, J. S., Bernabé, G., y Moret, C. (2016). Propiedades psicométricas de una escala de gratitud en educación musical: un análisis multigrupo. *Nereis. Revista Iberoamericana Interdisciplinar de Métodos, Modelización y Simulación*, 8, 45–50.
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5–30. <https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., Hart, M. M., y Gatewood, E. (2002). The role of social capital and gender in linking financial suppliers and entrepreneurial firms:

- A framework for future research. *Venture Capital*, 4(4), 305–323.
<https://doi.org/10.1080/1369106022000024897>
- Bullough, A. M. (2008). *Global Factors Affecting Women's Participation in Leadership* [Florida International University]. <https://doi.org/10.25148/etd.FI10022504>
- Burgelman, R. A. (1983). Corporate Entrepreneurship and Strategic Management: Insights from a Process Study. *Management Science*, 29(12), 1349–1364.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.29.12.1349>
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., y Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515–524.
[https://doi.org/10.1016/S0019-8501\(01\)00203-6](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6)
- Camarena Adame, M. E. (2019). Capacitación en las PYME dirigidas por mujeres en la ciudad de México. *Universidad y Empresa*, 21(37), 76–107.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6467>
- Camisón, C., y Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 67(1), 2891–2902. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004>
- Casas, C., y Chávez, J. (2022). *Igualdad de género, una mirada feminista desde el Trabajo Social* (1a ed.). UNAM.
- Casillas, J. C., Moreno, A. M., y Barbero, J. L. (2010). A Configurational Approach of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Growth of Family Firms. *Family Business Review*, 23(1), 27–44. <https://doi.org/10.1177/0894486509345159>
- Chang, W.-J., Liao, S.-H., y Wu, T.-T. (2017). Relationships among organizational culture, knowledge sharing, and innovation capability: a case of the automobile industry in Taiwan. *Knowledge Management Research & Practice*, 15(3), 471–490.
<https://doi.org/10.1057/s41275-016-0042-6>

- Collins, O. F., y Moore, D. G. (1970). *The Organization Makers: A Behavioral Study of Independent Entrepreneurs*. Appleton-Century-Crofts.
<https://books.google.com.mx/books?id=aFU4qAAACAAJ>
- CONAHCYT. (2023, May 17). *Programas Nacionales Estratégicos*.
<https://conahcyt.mx/pronaces/pronaces-seguridad-humana/>
- Connell, R. W., y Messerschmidt, J. W. (2013). Masculinidade hegemônica: repensando o conceito Hegemonic masculinity: rethinking the concept. *Revista Estudos Feministas*, 21(1), 241-241–282.
<https://doaj.org/article/275c03bb2aec4f999d95c00f80d0fa14>
- Covin, J. G., y Miles, M. P. (1999). Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 47–63.
<https://doi.org/10.1177/104225879902300304>
- Covin, J. G., y Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
<https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>
- Covin, J. G., y Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7–26.
<https://doi.org/10.1177/104225879101600102>
- Crant, J. M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 34, 42–49.
- Cresswell, J., & Cresswell, D. (2018). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches A* (5a ed.). SAGE Publications.
- Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación. *Revista Tesis*, 1, 186–199.
- Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
<https://doi.org/10.2307/256406>

- Delmar, F., y Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/089856200283063>
- Díaz Casero, J. C., Hernández Mogollón, R., Sánchez Escobedo, M. de la C., y Postigo Jiménez, M. V. (2010). Actividad emprendedora y género. Un estudio comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 19(2), 83–98.
- Duflo, E. (2012). Women Empowerment and Economic Development. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1051–1079. <https://doi.org/10.1257/jel.50.4.1051>
- Enright, M. J., y Roberts, B. H. (2001). Regional Clustering in Australia. *Australian Journal of Management*, 26(1_suppl), 65–85. <https://doi.org/10.1177/031289620102601S04>
- Escobedo Portillo, M. T., Hernández Gómez, J. A., Estebané Ortega, V., y Martínez Moreno, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Ciencia & Trabajo*, 18(55), 16–22. <https://doi.org/10.4067/S0718-24492016000100004>
- Espino, A. (2005). *Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género*. Naciones Unidas-CEPAL.
- Fadda, N., y Sørensen, J. F. L. (2017). The importance of destination attractiveness and entrepreneurial orientation in explaining firm performance in the Sardinian accommodation sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(6), 1684–1702. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0546>
- Fernández-Mesa, A., Alegre-Vidal, J., y Chiva-Gómez, R. (2012). Orientación Emprendedora, Capacidad de Aprendizaje Organizativo y Desempeño Innovador. *Journal of Technology Management & Innovation*, 7(2), 157–170. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242012000200013>

- Fischer, E. M., Reuber, A. R., y Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(2), 151–168. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90017-Y](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90017-Y)
- Fornell, C., y Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Freeman, C. (1995). The “National System of Innovation” in Historical Perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 19(1), 5–24.
- Friar, J. H., y Meyer, M. H. (2003). Entrepreneurship and Start-Ups in the Boston Region: Factors Differentiating High-Growth Ventures from Micro-Ventures. *Small Business Economics*, 21(2), 145–152. <https://doi.org/10.1023/A:1025045828202>
- Fuentes, M., Bojica, A., y Cossío, F. (2009). La orientación emprendedora en las iniciativas empresariales de mujeres: influencia de las relaciones externas. *Administrando En Entornos Inciertos. XXIII Congreso Anual AEDEM*, 1–17.
- García, A. (2020). *Efecto de la Orientación Emprendedora Internacional y la Innovación Tecnológica de Producto (capacidades, estrategias y éxito) sobre el desempeño exportador de las PYMEX*. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- García, R. (2015). *La vinculación de la orientación emprendedora y la orientación al mercado en el resultado de la pyme de Aguascalientes*. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- García-Pérez de Lema, D., Gálvez-Albarracín, E. J., y Maldonado-Guzmán, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- Gold, A., Malhotra, A., y Segars, A. (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18, 185–214.

- Gorostiaga, A., Aliri, J., Balluerka, N., y Lameirinhas, J. (2023). Evaluación de la orientación emprendedora y su relación con el género y el rendimiento académico. *Educación XX1*, 26(2), 323–350. <https://doi.org/10.5944/educxx1.32994>
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109–122. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171110>
- Hadjimanolis, A. (1999). Barriers to innovation for SMEs in a small less developed country (Cyprus). *Technovation*, 19(9), 561–570. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(99\)00034-6](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(99)00034-6)
- Hair, J. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Prentice Hall.
- Hamid, M. R., Sami, W., y Mohmad Sidek, M. H. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell yamp; Larcker criterion versus HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890, 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.).
- Hirschi, A., y Fischer, S. (2013). Work values as predictors of entrepreneurial career intentions. *Career Development International*, 18(3), 216–231. <https://doi.org/10.1108/CDI-04-2012-0047>
- Hu, L., y Bentler, P. M. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424–453. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.3.4.424>
- Hughes, M., y Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651–661. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.04.003>

- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., y Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429–438. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.08.015>
- Hurtado, M., y Berlanga, V. (2012). Cómo aplicar las pruebas paramétricas bivariadas t de Student y ANOVA en SPSS. Caso práctico. *EIRE, Revista d'Innovació i Recerca En Educació*, 5(2), 83–100.
- Hurtado, N., Cordón, E., y Senise, M. (2007). Efectos de la cultura nacional en la relación entre orientación emprendedora y el resultado de la innovación de producto: el caso del sector farmacéutico. *Cuadernos Económicos de ICE*, 73, 135–150.
- Hussain, J., Ismail, K., y Akhtar, Ch. S. (2015). Linking Entrepreneurial Orientation with Organizational Performance of Small and Medium Sized Enterprises: A Conceptual Approach. *Asian Social Science*, 11(7). <https://doi.org/10.5539/ass.v11n7p1>
- Iacobucci, D. (2010). Structural equations modeling: Fit Indices, sample size, and advanced topics. *Journal of Consumer Psychology*, 20(1), 90–98. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.09.003>
- INEGI. (2021). *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH)*.
- INEGI. (2023a). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Indicadores estratégicos*.
- INEGI. (2023b). *Estudio sobre la Demografía de los Negocios*.
- INEGI. (2023c). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)*. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- INMUJERES. (2007). *Glosario de género*. Instituto Nacional de las Mujeres.
- Kline, R. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). Guilford Press.

- Knight, G. A. (1997). Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation. *Journal of Business Venturing*, 12(3), 213–225. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00065-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00065-1)
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47–58. <https://doi.org/10.1177/104225879602100104>
- Kwong, C., Jones-Evans, D., y Thompson, P. (2012). Differences in perceptions of access to finance between potential male and female entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 18(1), 75–97. <https://doi.org/10.1108/13552551211201385>
- Lawson, B., y Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability In Organizations: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 05(03), 377–400. <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>
- Lechner, C., y Gudmundsson, S. V. (2014). Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(1), 36–60. <https://doi.org/10.1177/0266242612455034>
- Lee, C., Lee, K., y Pennings, J. M. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance: a study on technology-based ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 615–640. <https://doi.org/10.1002/smj.181>
- Lee, I. H., y Marvel, M. R. (2014). Revisiting the entrepreneur gender–performance relationship: a firm perspective. *Small Business Economics*, 42(4), 769–786. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9497-5>
- Liao, S., Fei, W.-C., y Chen, C.-C. (2007). Knowledge sharing, absorptive capacity, and innovation capability: an empirical study of Taiwan’s knowledge-intensive industries. *Journal of Information Science*, 33(3), 340–359. <https://doi.org/10.1177/0165551506070739>

- Liberda, B., y Zajkowska, O. (2017). Innovation and Entrepreneurship Policies and Gender Equity. *International Journal of Contemporary Management*, 1. <https://doi.org/10.4467/24498939IJCM.17.002.7046>
- Liñán, F., Jaén, I., y Martín, D. (2022). Does entrepreneurship fit her? Women entrepreneurs, gender-role orientation, and entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 58(2), 1051–1071. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00433-w>
- Liu, C.-H., y Lee, T. (2015). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 138–150. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.01.016>
- López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., y Vega Martínez, J. E. (2015). Caracterización de la muestra de micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras de Aguascalientes. In G. Maldonado Guzmán, M. del C. Martínez Serna, S. Y. Pinzón Castro, I. M. Rodríguez Herrera, L. Aguilera Enríquez, y M. Á. Oropeza Tagle (Eds.), *La innovación de productos en la micro, pequeña y mediana empresa de Aguascalientes* (1a ed., pp. 29–47). Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Lumpkin, G. (1989). Do new entrant firms have an entrepreneurial orientation? *Academy of Management Annual Meeting*.
- Lumpkin, G. T., Coglisier, C. C., y Schneider, D. R. (2009). Understanding and Measuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientation Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 47–69. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00280.x>
- Lumpkin, G. T., y Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Lumpkin, G. T., y Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429–451. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00048-3)

- Lutfi, L., y Nopus, H. (2023). Antecedent Factor Model of Entrepreneurial Orientation in Improving Marketing Performance through Product Innovation and Value Co-Creation. *WSEAS TRANSACTIONS ON BUSINESS AND ECONOMICS*, 20, 1396–1407. <https://doi.org/10.37394/23207.2023.20.124>
- Makhloufi, L., Laghouag, A. A., Ali Sahli, A., y Belaid, F. (2021). Impact of Entrepreneurial Orientation on Innovation Capability: The Mediating Role of Absorptive Capability and Organizational Learning Capabilities. *Sustainability*, 13(10), 5399. <https://doi.org/10.3390/su13105399>
- Maldonado Guzmán, G., Madrid Guijarro, A., Martínez Serna, M. del C., y Aguilera Enríquez, L. (2009). Los efectos de la innovación en el rendimiento de las MIPYMES de Aguascalientes: Una evidencia empírica. *Revista de Economía, Facultad de Economía, Universidad Autónoma de Yucatán*, 26(73), 49. <https://doi.org/10.33937/reveco.2009.8>
- Maniyalath, N., y Narendran, R. (2016). The human development index predicts female entrepreneurship rates. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(5), 745–766. <https://doi.org/10.1108/IJEER-11-2015-0258>
- Marlow, S., y Swail, J. (2014). Gender, risk and finance: why can't a woman be more like a man? *Entrepreneurship y Regional Development*, 26(1–2), 80–96. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.860484>
- Martínez, J. (2021). Sexo, género y derechos. *Derechos y Libertades: Revista de Filosofía Del Derecho y Derechos Humanos*, 46, 23–64. <https://doi.org/10.20318/dyl.2022.6512>
- Martínez, J., y Padilla, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(2), 120–130. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32428>
- Martínez Serna, M. del C., García Pérez de Lema, D., y Maldonado Guzmán, G. (2011). *Factores de competitividad en la MIPYME. El rol de las estrategias empresariales en Iberoamérica. Workshopmpr* (1 ed.). Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- Martins, I., Uribe, F., y Mesa, D. (2012). Contribución de la orientación emprendedora a la rentabilidad de las pymes: un análisis contingente considerando la función del entorno. *Ecos de Economía*, 16(35), 45–71.
- Mathews, C. H., y Moser, S. B. (1995). Family background and gender: implications for interest in small firm ownership. *Entrepreneurship y Regional Development*, 7(4), 365–378. <https://doi.org/10.1080/08985629500000023>
- Mendoza-Silva, A. (2021). Innovation capability: a systematic literature review. *European Journal of Innovation Management*, 24(3), 707–734. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2019-0263>
- Meza Márquez, C. (2013). *Aplicación a nivel piloto de los modelos de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres en el estado de Aguascalientes* (C. Meza Márquez, Ed.). Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770–791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Miller, D., y Friesen, P. H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1), 1–25. <https://doi.org/10.1002/smj.4250030102>
- Mintzberg, H. (1973). Strategy-Making in Three Modes. *California Management Review*, 16(2), 44–53. <https://doi.org/10.2307/41164491>
- Molina, M. (2017). ¿Qué significa realmente el valor de p? *Rev Pediatr Aten Primaria.*, 19(3), 77–81.
- Molina-Castro, G., Matarrita-Muñoz, S., Molina-Castro, S., Méndez-Chacón, E., Une, C., y Ramírez-Mayorga, V. (2022). Exploratory multigroup structural equation modeling approach to analyzing H. pylori infection, serological pepsinogen levels, and life style factors in an elderly population in Costa Rica. *Población y Salud En Mesoamérica*, 19(2).

- Molwus, J. J., Erdogan, B., y Ogunlana, S. O. (2013). Sample Size and Model Fit Indices for Structural Equation Modelling (SEM): The Case of Construction Management Research. *ICCREM 2013*, 338–347. <https://doi.org/10.1061/9780784413135.032>
- Moreno, A. M., y Casillas, J. C. (2008). Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 507–528. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00238.x>
- Najafi-Tavani, S., Najafi-Tavani, Z., Naudé, P., Oghazi, P., y Zeynaloo, E. (2018). How collaborative innovation networks affect new product performance: Product innovation capability, process innovation capability, and absorptive capacity. *Industrial Marketing Management*, 73, 193–205. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.02.009>
- Ndikubwimana, J. B., Mukasekuru, A., Ndizeye, I., Mutesi, J., y Byukusenge, E. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on business performance: a comparative study of necessity and opportunity entrepreneurs by gender. *PREPRINT*.
- Ngo, L. V., y O’Cass, A. (2013). Innovation and business success: The mediating role of customer participation. *Journal of Business Research*, 66(8), 1134–1142. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.03.009>
- OECD. (2022, October 6). *Gender wage cap (indicator)*.
- OECD, y Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018* (4a ed.). OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- ONU Mujeres. (2014). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Declaración política y documentos resultados de Beijing +5*.
- ONU Mujeres. (2020). *Igualdad de género en el sector privado: una mirada a las empresas mexicanas*.
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

- Oviedo, H. C., y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. [An Approach to the Use of Cronbach's Alfa.]. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4 [41]), 572–580.
- Pala, F., y Ayaydin, H. (2023). Analysis on Moderator Effect of Environmental Factors in The Relationships Among Entrepreneurial Orientation, Innovation Capacity and Financial Performance. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. <https://doi.org/10.29067/muvu.1260008>
- Parga, N. (2016). *La influencia de los aspectos institucionales en la orientación emprendedora y las redes de trabajo de las pequeñas y micro empresas de la ciudad de Aguascalientes*. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Pastor Pérez, M. del P., Rodríguez Gutiérrez, P. I., y Balbinot, Z. (2019). Orientación emprendedora, orientación al mercado y capacidades dinámicas en pequeñas y medianas empresas. *Gestão y Regionalidade*, 35(105). <https://doi.org/10.13037/gr.vol35n105.5302>
- Pérez-Quintana. (2019). La influencia de la orientación emprendedora individual en la intención de emprender desde la perspectiva de género. In B. Tejero, O. Bernard, y C. Lechuga (Eds.), *Investigando en contenidos de vanguardia* (1st ed., Vol. 1, pp. 355–374). Universidad de Barcelona.
- Perez-Quintana, A., Hormiga, E., Martori, J. C., y Madariaga, R. (2017). The influence of sex and gender-role orientation in the decision to become an entrepreneur. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 8–30. <https://doi.org/10.1108/IJGE-12-2015-0047>
- Pérez-Quintana, A., y Hormiga-Pérez, E. (2012). La influencia de los estereotipos de género en la orientación emprendedora individual y la intención de emprender. In I. Vázquez Bermúdez (Ed.), *Investigación y género, inseparables en el presente y en el futuro: IV Congreso Universitario Nacional Investigación y Género* (pp. 1527–1553). Facultad de Ciencias del Trabajo de la Universidad de Sevilla.

- Piacentini, M. (2013). Women Entrepreneurs in the OECD: Key Evidence and Policy Challenges. *Employment and Migration Working Papers*, 147.
- Pinchot, G. I. (1985). Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur . *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership*.
- Pinto Jiménez, J. D. J. (2007). Sistemas de gestión de competencias basados en capacidades y recursos y su relación con el sistema seci de gestión del conocimiento, realizadas por las pequeñas empresas del urola medio (españa). *Estudios Gerenciales*, 23(105), 13–38. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(07\)70023-2](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(07)70023-2)
- Pinzón Castro, S. Y., Maldonado Guzmán, G., y Martínez Serna, M. del C. (2015). Metodología de investigación aplicada en la innovación de productos en las micro, pequeñas y medianas empresas en Aguascalientes. In G. Maldonado Guzmán, M. del C. Martínez Serna, S. Y. Pinzón Castro, G. C. López Torres, I. M. Rodríguez Herrera, L. Aguilera Enríquez, y M. Á. Oropeza Tagle (Eds.), *La innovación de productos en la micro, pequeña y mediana empresa de Aguascalientes* (1a ed., pp. 11–28). Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Quintane, E., Mitch Casselman, R., Sebastian Reiche, B., y Nylund, P. A. (2011). Innovation as a knowledge-based outcome. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 928–947. <https://doi.org/10.1108/13673271111179299>
- Rahmat, A., Rofiaty, y Djumahir. (2023). The effect of entrepreneurial orientation and knowledge management on organizational performance through innovation. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(4), 78–87. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2606>
- Rajapathirana, R. P. J., y Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation y Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>

- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., y Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Reinartz, W., Haenlein, M., y Henseler, J. (2009). An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based SEM. *International Journal of Research in Marketing*, 26(4), 332–344. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2009.08.001>
- Reyes Recio, L. E., Pinillos Costa, M. J., y Soriano Pinar, I. (2014). Diferencias de género en la orientación emprendedora. *ESIC Market*, 45(149), 441–460. <https://doi.org/10.7200/esicm.149.0453.1e>
- Robb, A. M., y Watson, J. (2010). Comparing the performance of female and male-controlled smes: evidence from the United States and Australia. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30(8), 1–12.
- Rodrigo-Alarcón, J., Parra-Requena, G., y García-Villaverde, P. M. (2014). Efectividad de la orientación emprendedora: el papel del capital social y las capacidades. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 20(3), 131–139. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2013.09.002>
- Rodríguez Díaz, R., Juménez-Cortés, R., y Rebollo- Catalán, Á. (2016). Gestión y liderazgo empresarial con perspectiva de género. Voces y experiencias. *Cuestiones de Género: De La Igualdad y La Diferencia*, 11, 329. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i11.3186>
- Romijn, H., y Albaladejo, M. (2002). Determinants of innovation capability in small electronics and software firms in southeast England. *Research Policy*, 31(7), 1053–1067. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00176-7](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00176-7)
- Roque-Hernández, R. V. (2020). Diseño de un instrumento para medir la aceptación y los beneficios percibidos de la programación por pares en los cursos universitarios. *Acta Universitaria*, 30, 1–12. <https://doi.org/10.15174/au.2020.2877>

- Rositas, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento (Sample sizes for social science surveys and impact on knowledge generation). *Innovaciones de Negocios*, 11(22), 235–268.
- Ruiz, D., León, A. M., y Fernández, M. Á. (2019). Innovación empresarial y restricciones financieras en las pymes desde una perspectiva de género. *Revista de La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 127, 82–85.
- Ruiz, M., Pardo, A., y San Martín, R. (2010). Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Papeles Del Psicólogo*, 31(1), 34–45.
- Runyan, R. C., Ge, B., Dong, B., y Swinney, J. L. (2012). Entrepreneurial Orientation in Cross-Cultural Research: Assessing Measurement Invariance in the Construct. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 819–836. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00436.x>
- Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B., y Martínez-Falcó, J. (2023). La orientación emprendedora como fuente de innovación para las empresas. Un análisis aplicado. *Brazilian Journal of Development*, 9(05), 16595–16626. <https://doi.org/10.34117/bjdv9n5-141>
- Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B., Seva-Larrosa, P., y Martínez-Falcó, J. (2022). Driving Innovation by Managing Entrepreneurial Orientation, Cooperation and Learning for the Sustainability of Companies in the Energy Sector. *Sustainability*, 14(24), 16978. <https://doi.org/10.3390/su142416978>
- Sarabia, F. (1999). *Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas*. Píramide.
- Saunila, M., y Ukko, J. (2014). Intangible aspects of innovation capability in SMEs: Impacts of size and industry. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33, 32–46. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2014.02.002>

- Segars, A. H., y Grover, V. (1993). Re-Examining Perceived Ease of Use and Usefulness: A Confirmatory Factor Analysis. *MIS Quarterly*, 17(4), 517. <https://doi.org/10.2307/249590>
- SEGOB. (2009, June 30). *DOF. Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas.*
- Setiawan, H., Erdogan, B., y Ogunlana, S. O. (2015). Competitive Aggressiveness of Contractors: A Study of Indonesia. *Procedia Engineering*, 125, 68–74. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2015.11.011>
- Shneor, R., y Jenssen, J. I. (2015). Gender and Entrepreneurial Intentions. In K. Louise (Ed.), *Entrepreneurial Women: New Management and Leadership Models* (Vol. 1, pp. 15–67). Praeger.
- Tang, J., Tang, Z., Zhang, Y., y Li, Q. (2007). The Impact of Entrepreneurial Orientation and Ownership Type on Firm Performance in the Emerging Region of China. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(04), 383–397. <https://doi.org/10.1142/S1084946707000733>
- Tenner, I., y Hörisch, J. (2021). Diversity matters: the influence of gender diversity on the environmental orientation of entrepreneurial ventures. *Journal of Business Economics*, 91(7), 1005–1023. <https://doi.org/10.1007/s11573-020-01026-5>
- Tromchim, W., & Donnelly, J. (2008). *Research Methods Knowledge Base* (3a ed.). Atomic Dog/Cengage Learning.
- Valdez Juárez, L. E., Ramos Escobar, E. A., y Borboa Álvarez, E. P. (2019). Las Capacidades Dinámicas y la Orientación Emprendedora: Fuente de Innovación y Rentabilidad en la Pyme Mexicana. *Small Business International Review*, 3(1), 49–66. <https://doi.org/10.26784/sbir.v3i1.158>
- Vargas-Pérez, A. M., Guevara-Otero, N., Segovia-Pérez, M., y Laguna-Sánchez, P. (2024). Análisis del género en la orientación emprendedora de los jóvenes

universitarios. *ECA Sinergia*, 15(1), 129–142.
<https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i1.6134>

Vázquez, Á., y Urbiola, A. (2014). El género como una perspectiva para el análisis de las organizaciones. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 77, 159–189. <https://doi.org/10.28928/ri/772014/aot2/vazqueza/urbiolaa>

Veckalne, R., y Tambovceva, T. (2023). The Importance of Gender Equality in Promoting Entrepreneurship and Innovation. *Marketing and Management of Innovations*, 14(1), 158–168. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-14>

Vega Martínez, J. E., Bautista Sánchez, M. del C., y Martínez Serna, M. del C. (2020). Orientación emprendedora en la innovación de las pequeñas y medianas empresas en México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 97–114. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34651>

Velázquez Castro, J. A., Cruz Coria, E., y Vargas Martínez, E. E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(3), 9–20. <https://doi.org/10.31876/rcs.v24i3.24918>

Vila, N., Küster-Boluda, I., Joaquín, B., y Aldás-Manzano, J. (2000). *Desarrollo y validación de escalas de medida en Marketing*.

Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, and Firm Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 635–657. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00246.x>

Wang, C. L., y Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303–313. <https://doi.org/10.1108/14601060410565056>

Watson, J., y Everett, J. (1999). Small Business Failure Rates: Choice of Definition and Industry Effects. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 17(2), 31–47. <https://doi.org/10.1177/0266242699172002>

- Weber, B., y Heidenreich, S. (2018). When and with whom to cooperate? Investigating effects of cooperation stage and type on innovation capabilities and success. *Long Range Planning*, 51(2), 334–350. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.07.003>
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship--conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), 165+. <https://link.gale.com/apps/doc/A249057950/AONE?u=anon~bd0f6fc3&sysid=googleScholar&id=7341aa42>
- Wiklund, J., y Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- World Economic Forum. (2020, December 16). *The Global Gender Gap Report 2020*.
- Yu, X., Cao, N., y Ren, H. (2023). The Impact of Entrepreneurial Orientation on the Sustainable Innovation Capabilities of New Ventures: From the Perspective of Ambidextrous Learning. *Sustainability*, 15(11), 9026. <https://doi.org/10.3390/su15119026>
- Yurrebaso Macho, A., Rodríguez-Parets Carabaza, C., Jáñez González, Á., Picado Valverde, E. M., Guzmán Ordaz, R., y Pérez Iglesias, J. L. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 38(1), 85–103. <https://doi.org/10.5209/crla.68869>
- Yusuf, N., Jamjoom, Y., y Saci, K. (2024). Entrepreneurial orientation across gender in Saudi Arabia: evidence from the Adult Population Survey (APS) of Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(1), 134–158. <https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2022-0375>
- Zastempowski, M., y Cyfert, S. (2021). Impact of entrepreneur's gender on innovation activities. The perspective of small businesses. *PLOS ONE*, 16(10), e0258661. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0258661>

Zhang, Z., Zyphur, M. J., Narayanan, J., Arvey, R. D., Chaturvedi, S., Avolio, B. J., Lichtenstein, P., y Larsson, G. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 93–107. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.07.002>