

**TLATEMOANI**  
*Revista Académica de Investigación*  
Editada por Eumed.net  
No. 38 – Diciembre 2021.  
España  
ISSN: 19899300  
[revista.tlatemoani@uaslp.mx](mailto:revista.tlatemoani@uaslp.mx)

Fecha de recepción: 24 de Septiembre de 2021.  
Fecha de aceptación: 08 de Noviembre de 2021.

## **RASGOS DEL EMPRENDEDOR POTOSINO: UN ANÁLISIS ENTRE HOMBRES Y MUJERES**

### **TRAITS OF THE POTOSINO ENTREPRENEUR: AN ANALYSIS BETWEEN MEN AND WOMEN**

Autores:  
Isabel Cristina Flores Rueda  
[manuel.espinosa@uaslp.mx](mailto:manuel.espinosa@uaslp.mx)  
Juan Manuel Espinosa Delgado  
[manuel.espinosa@uaslp.mx](mailto:manuel.espinosa@uaslp.mx)  
Beatriz Virginia Tristán Monrroy  
[beatriz.tristan@uaslp.mx](mailto:beatriz.tristan@uaslp.mx)  
Ma. Patricia Torres Rivera  
[patricia.torres@uaslp.mx](mailto:patricia.torres@uaslp.mx)

*COARA-Universidad Autónoma de San Luis Potosí*

## **RESUMEN**

El estudio sobre las actitudes de los emprendedores se desarrolla a partir de la complejidad para caracterizar al perfil promedio debido a la amplia variedad de emprendedores. En respuesta a esta situación, los expertos proponen no solo estudiar las características personales y sus funciones sino el proceso individual del emprendedor y sus componentes (Bucardo y Saavedra, 2015). La presente investigación tiene como objetivo representar actitudes, valores y rasgos de la personalidad en un grupo de emprendedores potosinos analizando si existen

diferencias entre mujeres y hombres. Con este propósito se recolectó una muestra de 272 emprendedores potosinos tomando en cuenta valores asociados al individualismo y colectivismo, así como rasgos de la personalidad orientados a la autoconfianza y propensión al riesgo. Para ello, se realizó un análisis de validez y fiabilidad al instrumento para así describir los factores involucrados en el perfil del emprendedor potosino.

**PALABRAS CLAVE:** individualismo, colectivismo, emprendedores, autoconfianza, propensión al riesgo.

### **ABSTRACT**

The study on the attitudes of entrepreneurs is developed from the complexity to characterize the average profile due to the wide variety of entrepreneurs. In response to this situation, experts propose not only studying personal characteristics and their functions, but also the individual process of the entrepreneur and its components (Bucardo and Saavedra, 2015). The present research aims to represent attitudes, values and personality traits in a group of Potosí entrepreneurs, analyzing whether there are differences between women and men. For this purpose, a sample of 272 entrepreneurs from Potosí was collected, taking into account values associated with individualism and collectivism, as well as personality traits oriented towards self-confidence and risk propensity. For this, a validity and reliability analysis of the instrument was carried out in order to describe the factors involved in the profile of the Potosino entrepreneur.

**KEYWORDS:** individualism, collectivism, entrepreneurs, self-confidence, risk propensity.

## **INTRODUCCIÓN**

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) han cobrado vital importancia en la economía de los países desde ser agentes de empleo hasta ocupar un porcentaje en el crecimiento económico se ha notado un considerable interés en el estudio del fenómeno de emprendedurismo de negocios (Sánchez et al. 2017). Es por esto que el grupo *entrepreneur* de individuos forman una actividad que involucra

el desarrollo de nuevos negocios, consolida las empresas ya establecidas y expande los productos en nuevos mercados. Lo anterior guarda una relación con la dinámica productiva de los países porque refleja variables económicas como; crecimiento, oportunidad de desarrollo social, certidumbre financiera y formación cultura que funcionan como directrices para un progreso (Duarte, 2007).

Rodríguez (2009) categoriza a los contratados quienes producen a partir de la economía de mercados y por lo cual reciben un ingreso fijo de los emprendedores que suelen recibir ganancias variables, mientras que Moriano et al. (2001) estudian sobre la posibilidad de obtención de trabajo depende de características del individuo, el mercado laboral, las técnicas de contratación y procesos de selección, por su parte el emprendedor no se condiciona a emplearse a través de otros, sino autoemplearse y generar empleos.

Ahora bien, investigaciones sobre la eficacia emprendedora y variables psicoeducativas como lo son; necesidad de logro, autoeficacia percibida, inteligencia emocional y altos niveles de empatía se organizan como rasgos inherentes al proceso del emprendedor. Sin embargo, se encuentra poca información sobre una definición dinámica de la problemática desde la perspectiva del proceso del emprendedor mismo (Bucardo y Saavedra, 2015). En otras palabras, el propósito del presente estudio es representar actitudes, valores y rasgos de la personalidad en un grupo de emprendedores potosinos analizando si existen diferencias entre mujeres y hombres.

### **Marco teórico**

En la búsqueda del concepto moderno de emprendedor de negocios o conocido comúnmente como *entrepreneur* se condiciona como aquel individuo que logra sus objetivos a pesar de los riesgos y condiciones inciertas. Si bien es difícil encontrar un consenso en la definición de emprendedor existe una corriente que lo conceptualiza como una persona capaz de utilizar el ingenio para producir innovación en donde no necesariamente está vinculado con la inversión en una

empresa de capital propio (Bucardo y Saavedra, 2015). Sin embargo, quien desarrolla un negocio (empresario) converge con la conceptualización del emprendedor en la necesidad de innovar y tomar decisiones ante situaciones de incertidumbre.

Para García et al. (2008) se estudian 4 directrices del emprendedor comenzando en distintas perspectivas teóricas en donde se abordan las características de la persona empresaria y creadora de negocios como; i) la racionalización económica, ii) espíritu emprendedor como un causal en un marco institucional en un lapso de tiempo específico, iii) la distinción del emprendedor por sus rasgos personales y iv) la concepción de la creación de empresas como resultado de una decisión fundamentada en principios de dirección gerencial. Moriano et al. (2001) señalan que la investigación de los emprendedores desde aspectos psicosociales posibilita el entendimiento de los individuos que han decidido desarrollar un negocio, son capaces de aprovechar las oportunidades de los mercados tanto locales como globales y su entorno.

*Directrices asociadas con el comportamiento del emprendedor de negocios.* Son variados los estudios que pretenden evaluar los diferentes *rasgos de la personalidad* que motivan a la acción de emprender un negocio y que se describen a partir del control interno hasta la autoeficacia (Suárez y Pedrosa, 2016). Entre el estudio de características del emprendedor destacan la tendencia de supuestos que distinguen entre los valores de la personalidad de emprendedores de las personas que no lo son (Sánchez et al. 2017). Algunos otros autores como Espíritu (2011) señalan que entre los emprendedores de negocios existe una clara necesidad de logro, autoconfianza de las capacidades individuales, habilidades para la negociación, lograr un alto grado de riesgo y creatividad. Para Lanzas, Lanzas y Lanzas (2009) el comportamiento del emprendedor se integra comenzando con un conjunto de atributos como los son rasgos de la personalidad, actitudes, valores, autoconceptos, habilidades, competencias, motivaciones y conocimientos que se vinculan estrechamente con acciones empresariales.

Un aspecto primordial cuando se aborda el comportamiento del emprendedor es el estudio de *actitudes*, las cuales adquieren relevancia al tener una naturaleza inestable, es decir, son dinámicas ante procesos interactivos del contexto donde vive el individuo y pueden reflejar un tiempo y situación concreta. En contraparte, los rasgos de la personalidad o los valores permanecen por más tiempo puesto que son adquiridos comenzando en etapas tempranas del desarrollo del individuo y por lo tanto su cambio es difícil (Moriano et al. 2001; Díaz, 2004). Complementariamente, se menciona que las actitudes pueden orientar hacia determinada conducta y se definen por componentes transitorios durante el desarrollo de la vida del emprendedor desde conductuales, afectivos hasta cognitivos (Díaz, 2004).

Castaño (2011) quien investiga a los individuos con características de emprendedores de negocios supone que los rasgos cognitivos se ven influenciados por; fuentes de información, intereses, estrategias de negociación, comportamiento, entre otras como variables que sobresalen al momento de adquirir información externa. Ahora bien, Sánchez et al. (2017) estudia en la teoría cognitiva la estructura de conocimientos previos que permiten al emprendedor realizar evaluaciones, toma de decisiones e incluso juicios para apreciar las oportunidades tanto de creación como desarrollo de negocios. Complementariamente, las actitudes y los valores ocupan una alternancia entre la explicación de los rasgos del emprendedor debido a que tienen una alta incidencia en la explicación de la conducta emprendedora (Moriano et al. 2001).

### **Estudio empírico y resultados**

El objetivo del presente estudio es representar actitudes, valores y rasgos de la personalidad en un grupo de emprendedores potosinos analizando si existen diferencias entre mujeres y hombres. La información de la base de datos se extrae a partir del método encuestas por medio de entrevista. El criterio para calcular la

muestra poblacional responde a la fórmula para poblaciones finitas considerando poblaciones superiores a los 100000 habitantes. Para la selección de la muestra se contempló un método probabilístico aleatorio simple. Para llevar a cabo la recogida de datos se necesitó encuestar a 272 emprendedores potosinos durante el año 2020. La tasa de respuesta fue del 80% con un error muestral del 5.94% ( $p=q=0.50$ ) por lo que se tuvieron que desechar 68 cuestionarios debido a que se encontraban incompletos o mal contestados.

El perfil sociodemográfico de la muestra de emprendedores potosinos corresponde a una descripción de 52.9% hombres y 47.1% mujeres de los cuales pertenecen a los municipios del Altiplano del estado; Matehuala (50.4%), Vanegas (11%), Villa de la Paz (9.9%), Cedral (9.9%), Villa de Guadalupe (9.6%) y Real de Catorce (9.2). En la muestra de emprendedores potosinos predomina la edad entre 33 a 40 años (37.5%) y de 41 a más años (29%).

Complementariamente los emprendedores jóvenes adquieren un menor porcentaje (33.5%) en la muestra debido a que corresponden entre los 26 a 32 años solamente el 24.3% y entre 18 a 25 años solo el 9.2%. El estado civil de los emprendedores potosinos es mayormente solteros (62.5%) y el resto son casados (37.5%). La escolaridad predominantemente cursada es preparatoria (32%), secundaria (25.4%) y universidad (19.5%). Sobre la ocupación, el 53.3% de los emprendedores se definen como empresarios y el 29.4% como trabajadores, el resto se autodefine como estudiante (5.5%), hogar (5.9%), pensionados (3.3%) y otras ocupaciones (2.6%). Durante el periodo de aplicación de la encuesta, el 93.8% define su situación laboral como trabajando mientras que el 6.3% no. Es importante destacar que, el 76.1% de ellos no son beneficiarios de un programa social, mientras que el 23.9% sí.

Una vez realizada la revisión bibliográfica fue necesario consultar y revisar escalas existentes centradas en las dimensiones que componen un perfil actitudinal de su comportamiento empresarial. Particularmente se encontró muy útil la escala

de Espiritu (2011) la cual considera variables y dimensiones de la estructura motivacional del sistema de valores de Schwartz (Morianio et al. 2001). Para ello, fue necesario adaptar dichos ítems para así reflejar una respuesta actitudinal en las situaciones del emprendimiento en un negocio. Se utilizaron preguntas cerradas y para la valoración escalas de Likert de 5 posiciones, donde; 1 = total desacuerdo, 2= en desacuerdo 3= neutral, 4= de acuerdo y 5=totalmente de acuerdo.

Las dimensiones revisadas en el instrumento de Espiritu (2011) describen tanto valores en el trabajo como rasgos de la personalidad. Complementariamente, se añadieron características sociodemográficas, relacionadas con su formación y actitudes situacionales del contexto local. Complementariamente, el cuestionario estuvo compuesto por 39 ítems divididos en; 19 ítems correspondientes a valores en el trabajo y rasgos de la personalidad, 8 ítems sobre características sociodemográficas, 12 ítems relacionados con su formación como emprendedor y 16 ítems sobre un análisis situacional del contexto local.

Para iniciar con el análisis estadístico de la muestra de emprendedores, primeramente, se efectuó un análisis de componentes principales con el objetivo preliminar de observar la posibilidad de relación de los componentes con las variables observables (ítems), los signos de cada variable observable y sus pesos en las correlaciones. El análisis anterior permitió conocer la cantidad de componentes principales para su posible extracción posterior. El resultado del análisis de componentes principales no reflejó ninguna anomalía y demostró que la mayor cantidad de varianza acumulada (41.07%) se encuentra entre los primeros 5 factores. Complementariamente, los resultados en la prueba de adecuación de muestreo Kaiser-Meyer-Olkin es de 0.872 lo cual representa la proporción común de varianza en las variables observables a consecuencia de factores subyacentes según Burga (2006). Es importante manifestar que el límite inferior considerado como inadecuado es de 0.5 (Lloret-Segura et al. 2014).

Para detectar la posibilidad de factorizar la matriz de correlaciones la muestra se sometió a una prueba de esfericidad de Barlett que contrata las hipótesis sobre la existencia de una matriz de identidad. Los resultados de la prueba de esfericidad indican un chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) de 1601.782 que para 190 grados de libertad (gl) corresponde una significancia de 0.000. El resultado anterior rechaza la hipótesis nula y pone a punto los criterios para realizar un análisis factorial exploratorio (ver tabla 1). El análisis exploratorio se realizó a través de un método de extracción de ejes principales con rotación varimax que permite confirmar la existencia de 5 factores y sobresale la implicación de un rasgo latente que explica el 27.49% de la varianza total explicada. La concentración de puntuación de varianza explicada de los datos se puede interpretar como la presencia de un factor dominante, en otras palabras, este factor tiene una mayor representatividad (Mercado et al. 2019).

Tabla 1. Resultados del análisis factorial exploratorio

latentes/Varianza total explicada		Nombre de las variables observables (ítems)	Peso
F1. Valores orientados al individualismo.	VAR001	Me gustan los retos que presento en mi negocio, prefiero siempre lo nuevo y lo desconocido	0.690
	VAR002	Siempre estoy preocupado (a) por actualizarme, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser eficiente en mi negocio	0.616
	VAR003	Soy enemigo (a) de la monotonía, siempre busco nuevas actividades o proyectos para darle variedad a mi trabajo	0.551
F2. Valores orientados al colectivismo.	VAR004	Mi integridad física y el no dañar mi salud, son factores muy importantes para mi empresa	0.451
	VAR005	Para mí, es muy importante el bienestar de la gente que conforma mi equipo de trabajo	0.452
	VAR006	Para mí es muy importante ganarme la confianza de mis compañeros de trabajo, siendo leal y honesto	0.557
	VAR007	Siempre busco ser ejemplo para mis trabajadores	0.652
F3. Personalidad orientada a la autoconfianza	VAR008	Me atrevo a afrontar cualquier situación para mejorar mi desempeño o lograr mis objetivos	0.662
	VAR009	Analizó los errores para aprender de ellos	0.584
	VAR010	Disfruto mucho hablando con la gente	0.434
F4. Personalidad orientada a la propensión al riesgo.	VAR011	Me parece que si no asumo riesgos me quedaré estancado/a	0.481
	VAR012	Me gusta destacar en mi trabajo/estudios	0.483
	VAR013	Aguanto perfectamente las situaciones de incertidumbre	0.561
	VAR014	El éxito que logre en mis actividades depende poco de las condiciones sociales y/o económicas.	0.438
	VAR015	Me gusta dirigir personas, me gusta que otros hagan lo que yo quiero que hagan	0.746
	VAR016	Prefiero trabajar solo(a), no me gusta tomar decisiones junto con otras personas	0.588
	VAR017	Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema	< 0.39
	VAR018	Me gusta planear a tiempo las actividades que realizo	< 0.39
	VAR019	Tener dinero para cubrir mis gastos y los de mi familia es mi principal preocupación	< 0.39
	VAR020	En algunas ocasiones me siento inferior a los demás	< 0.39

Fuente: Elaboración propia.

La solución de 5 factores agrupó a 16 variables observables conformando el 41.07% de la varianza total explicada. Sin embargo, el criterio para conservar las variables observables cuyos pesos factoriales deberían ser superiores a 0.39 (Lloret-Segura et al., 2014) permitió desestimar los ítems que no superan el peso factorial superior a 0.39, las cuales fueron; (VAR017) me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema, (VAR018) me gusta planear a tiempo las actividades que realizó, (VAR019) tener dinero para cubrir mis gastos y los de mi

familia es mi principal preocupación y (VAR020) en algunas ocasiones me siento inferior a los demás.

*Estructura de los factores.* Algunos rasgos de la personalidad comúnmente asociados al comportamiento de los emprendedores que influyen significativamente la acción emprendedora son; autoeficacia, pro actividad, locus control interno y elementos cognitivos como componentes que potencializan la explicación de la acción de emprender. De manera tal que el conjunto de rasgos, valores y actitudes son elementos motivadores de la acción emprendedora (Sánchez et al. 2017).

A partir del estudio de Espíritu (2011) se resalta un rasgo de la personalidad orientado a la *propensión al riesgo* derivado de la naturaleza de la actividad económica como una característica que busca asegurar certeza entre las expectativas en el futuro. Complementariamente, se señala que cuando se encuentran comportamientos de toma de decisiones considerando una propensión al riesgo los individuos involucrados evalúan esas decisiones tomando en cuenta la complejidad y una recompensa a futuro. En contraparte, se explica que los individuos que emprendan y no deseen asumir riesgos es probable que puedan perderse de oportunidades de desarrollo y/o crecimiento de negocios. Incluso, estudios afirman que la aversión al riesgo puede ser indicativos de falta de emprendimiento en ciertas regiones (Silveira y Silveira, 2017).

Como parte de la investigación del comportamiento se hace referencia a la descripción atributos de la personalidad como la *autoconfianza*. Para Silveira y Silveira (2017) este atributo (autoconfianza) es un rasgo distintivo entre el perfil del emprendedor y tiene influencia con otros atributos como la innovación, toma de decisiones e incluso asumir riesgos. Complementariamente, la autoconfianza actúa como un componente que fomenta las relaciones interpersonales y por tanto, transferencia de conocimiento, aprendizaje y en consecuencia y aprovechamiento de oportunidades.

El concepto de valores comprende la representación cognitiva de una necesidad o propósito que se organizan de acuerdo a una escala jerárquica resultado de distintos contextos donde se desarrolla el individuo y cuya estructura se ha estudiado universalmente por Schwartz (1992 en Espíritu, 2011). Complementariamente, Lanzas et al. (2009) observan valores individuales y colectivistas. Mientras que, la actitud emprendedora se caracteriza como un estado de alerta para detectar oportunidades desde criterios de percepción individual (Espíritu, 2011).

A partir del estudio de Hofstede et al. (1991) citado por Marulanda et al. (2014) se reconocen valores culturales orientados a identificar entre los emprendedores; la distancia del poder, la masculinidad contra la feminidad, el manejo del riesgo, la orientación a corto y largo plazo, y finalmente, el *individualismo* contra el *colectivismo*. La dualidad última, corresponde a emprendedores que integran rasgos que se contraponen, es decir, mientras que los emprendedores individualistas enaltecen el cuidado de sí mismos, así como de su familia inmediata, el colectivismo por contrario lo integran emprendedores cohesionados con sus grupos o sociedades que los integran. Para Moriano et al. (2012) el emprendedor orientado al colectivismo adquiere una dependencia emocional a los grupos sociales y/o a las organizaciones que lo identifican o de las que forma parte. En contraparte, el emprendedor individualista alude a la independencia emocional con respecto a los grupos sociales u organizaciones de las que forma parte.

Es necesario especificar que la revisión teórica sobre las dimensiones en los párrafos anteriores permitió fundamentar la estructura de variables observables y latentes sometidas a pruebas. A partir de la estructura de los factores como resultado del análisis factorial exploratorio es necesario comprobar la estructura de 5 variables latentes por medio de un análisis factorial confirmatorio con el propósito de probar su validez y fiabilidad a través del diagnóstico de bondad de ajuste (Zamora et al. 2009). De manera tal que, el análisis factorial confirmatorio permita

determinar, la relación entre los errores del conjunto de variables latentes, la naturaleza y cantidad de variables latentes que explican la varianza y covarianza.

En la tabla 2, columna cargas factoriales se visualiza que cada variable observable solamente satura en un factor y todas tienen un nivel de confianza del 95% lo que se consideran significativas. Es posible visualizar que los resultados del análisis factorial confirmatorio de las 16 variables observables, donde se destaca que sus cargas factoriales son superiores a 0.7 lo que se considera aceptable e indican fiabilidad en la conformación de la variable latente. Además, se ajustó el modelo eliminando la variable latente que solo contiene 2 variables observables debido a que la cantidad de variables observables no se consideran suficientes para explicar una dimensión. Como consecuencia, los índices de ajuste son los siguientes; chi cuadrado= 110.446 ( $p=0.001$ ); chi cuadrado/grados de libertad (gl)=

Tabla 2. Resultados del análisis factorial confirmatorio

Variables		Cargas factoriales	Error de medida	Significancia -95%	Ratio Crítico	Fiabilidad Compuesta	VME
Latentes	Observables						
F1	VAR001	1.000					
	VAR002	0.866	0.092	***	9.443	0.733	0.00470
	VAR003	0.754	0.075	***	10.024		
VAR004	1.000						
F2	VAR005	0.915	0.095	***	9.648	0.769	0.00641
	VAR006	0.949	0.086	***	10.994		
	VAR007	0.834	0.096	***	8.694		
F3	VAR008	1.000				0.672	0.00745
	VAR009	0.968	0.099	***	9.733		
	VAR010	0.826	0.112	***	7.392		
F4	VAR011	1.000				0.651	0.01439
	VAR012	0.841	0.109	***	7.688		
	VAR013	0.870	0.145	***	5.993		
	VAR014	0.979	0.157	***	6.234		

Fuente: Elaboración propia.

1.578; RMSEA=0.046; NFI=0.913; CFI=0.966 y IFI=0.966.

Para evaluar si las variables observables están midiendo rigurosamente a la variable latente que componen se calculó para cada factor el coeficiente de alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) y la varianza media extractada, así como la fiabilidad compuesta.

#### *Análisis descriptivo de emprendedores y emprendedoras*

El grupo de emprendedoras potosinas participantes de la presente investigación viven en municipios del altiplano potosino, mayormente la ciudad de Matehuala (44.5%) y Vanegas (15%). Consideradas como jóvenes adultas con una edad predominante entre los 33 a 40 años (34.4%) y 26 a 32 años (29.7%) y escolaridad preparatoria (32.8%), secundaria (21.9%) y universidad (19.5%). Se consideran de ocupación empresarias (51.6%) y trabajadoras (29.7%). Las emprendedoras involucran a su familia (68.8%) e incluyen la tecnología (57.8%) en su negocio.

Mientras que el grupo de emprendedores potosino al igual que las emprendedoras radican en el municipio de Matehuala (55.6%) y tienen una edad predominante mayor con respecto a las jóvenes emprendedoras, 33 a 40 años (40.3%) y más de 41 años (30.6%). Su nivel de estudios es similar puesto que los emprendedores tienen una escolaridad preparatoria (31.3%), secundaria (28.5%) y universitaria (19.4%). La mayoría de los emprendedores (67.4%) involucra a su familia en su negocio, se consideran empresarios (54.9%) y también incluyen la tecnología (59.%).

*Experiencia previa.* Los negocios de las emprendedoras tienen entre 1 a 5 empleados (91.4%) por lo que se consideraría como Pequeñas empresas (Pymes) y la antigüedad de su negocio es de más de cinco años (40.6%). La mayoría de las emprendedoras (71.1%) emplean entre 10 a 20 horas de trabajo o en su empresa a la semana y tienen una sola sucursal (74.2%). Al igual que las emprendedoras, los emprendedores potosinos manifiestan invertir entre 10 horas (42.4%) y 20 horas (25.7%) en su negocio. Tienen entre 1 a 5 empleados (94.4%) y cuentan con una

sucursal (83.3%) donde la antigüedad de su negocio es de más de cinco años (40.3%).

Sobre *estrategias de expansión*, es importante destacar que, las emprendedoras utilizan la herramienta de precios accesibles (32%) y atención al cliente (28.1%) para entrar a sus mercados de consumo. Cerca del total de la muestra (93%) afirma manejar una diversificación en sus productos y piensa que tiene satisfecho a sus clientes. Demuestran una actitud favorable hacia la comunicación con proveedores y clientes (94.5%), creen que los estudios de mercado son necesarios antes de emprender su negocio (70.3%) y les interesa realizar un estudio de este tipo (58.6%).

Para los emprendedores las estrategias de expansión principales son la atención al cliente (28.5%) y la diversificación de la oferta de productos (25.7%). La mayoría (95.1%) afirma manejar una gama variada de productos y cree tener satisfechos a sus clientes (93.1%). Consideran que la buena comunicación con proveedores y clientes es primordial (97.2%) y ven necesario hacer un estudio de mercado antes de desarrollar su negocio (79.2%) y también les interesa realizar un estudio de esta índole (62.5%).

Sobre el *financiamiento* afirman no ser beneficiarias de algún programa social (81.3%). Consideran importante que su negocio cuente con respaldo económico (93.8%) puesto que la gran mayoría obtuvo el financiamiento de su idea de negocio (84.4%), muchos de ellos a través de capital propio sin iniciar ningún crédito o préstamo (72.7%). Las emprendedoras afirman tener crédito con sus proveedores (59.4%) por 15 días (23.4%) o un mes (17.2%). Con respecto a la planificación financiera, es necesario destacar que una parte de las emprendedoras reinvierte el 30% del dinero del negocio en mercancía (18.5%), mientras que, otra parte de las emprendedoras reinvierte el 20% en activo fijo (21.1%). Complementariamente, también las emprendedoras reinvierte el 10% en labor social (23.4%) y también parte importante de ellas emplean el 20% del dinero del negocio en gasto corriente (19.5%).

Los emprendedores tampoco fueron beneficiarios de un programa social (71.5%) y reconocen la necesidad de un respaldo económico para su negocio (91.7%) como resultado de tener que invertir en su idea de negocio con dinero propio (77.8%) sin iniciar ningún crédito o préstamo (62.5%). Los emprendedores también recurren al crédito de sus proveedores por un mes (19.4%) y otro tiempo no especificado (25.7%). Para la planificación de su reinversión, los emprendedores gestionan entre el 30% y 50% del dinero de su negocio en mercancía (37.6%). Otra parte de emprendedores (18.1%) utiliza el 10% del dinero resultado de su negocio en activo fijo, mientras que otro grupo (15.3%) afirma emplear el 10% de su capital en labor social y el finalmente, también usan el 10% de su capital en gasto corriente (18.8%).

Las *actitudes de las emprendedoras* sobre la situación en el contexto local de su negocio afirman que el municipio donde viven es un buen lugar para emprender un negocio (71.9%) y cuenta con estabilidad económica (76.6%). Gran mayoría de las emprendedoras (96.9%) de las emprendedoras consideran que la actitud de la persona influye en el éxito de su negocio. Las emprendedoras creen que un año (47.7%) es decisivo para determinar el éxito del negocio en el municipio donde viven. En contraste, los emprendedores potosinos también afirman que el municipio en el que viven es un buen lugar para emprender un negocio (83.3%) y lo consideran como un lugar con estabilidad económica (70.1%). Similar a las emprendedoras, ellos piensan que la actitud de la persona influye en el éxito de su negocio (96.5%)

## CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación permiten confirmar que la réplica y adaptación del instrumento propuesto por Espíritu (2011) es potencialmente útil para la descripción de la muestra de emprendedores potosinos. El análisis de los datos permitió confirmar el ajuste de un modelo con 4 factores que pretende medir los rasgos de la personalidad orientada a la autoconfianza y a la propensión del riesgo. Así como, los valores orientados al individualismo y colectivismo. El factor

predominante en la muestra de emprendedores potosinos son los valores orientados al individualismo, mientras que el factor con menor peso dentro de la varianza de los datos es el que conglomerara los rasgos de la personalidad orientada a la propensión al riesgo.

En cuanto a características demográficas, los emprendedores manifiestan tener una mayor edad con respecto a las emprendedoras, cuyos niveles de estudio son similares, así como el involucramiento de su familia en los negocios que puede parecer contradictorio con los rasgos orientados al individualismo. La experiencia previa en sus negocios es similar, incluso tanto emprendedoras como emprendedores son dueños de Pymes que dedican las mismas horas y reinvierten porcentajes similares en mercancía, activos fijos y gastos operativos.

Es necesario destacar que, la diferencia significativa son las estrategias de expansión. Mientras que la emprendedora potosina afirma destinar sus estrategias de mercadeo al precio competitivo, los emprendedores por su parte diversifican su oferta de producto. Ambos, hacen uso de la atención al cliente.

Tanto el cuestionario como la investigación manifiestan limitaciones inherentes a la metodología lo que imposibilita la generalización de los resultados en otros contextos y con otras muestras. Por las características del presente estudio se impide realizar inferencias causales. Se recomienda para futuras líneas de investigación analizar la posibilidad de distinguir conglomerados de emprendedores y relaciones causales entre ítems.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bucardo y Saavedra, (2015) Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), pp. 98-107. DOI: 10.1016/j.sumneg.2015.08.009

- Burga L., A. (2006) La unidimensionalidad de un Instrumento de la PUCP. *Revista de Psicología de la PUCP*, 24(1), 53-80. Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/642>
- Castaño R., A. (2011) Planeación estratégica en la Pyme de Bogotá. Orientación al futuro y evasión de la incertidumbre. *Contaduría y Administración*, (235), 147-173. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39519916008>
- Díaz B., F. (2004) Actitudes, motivación y creación de empresas: el caso de los emprendedores en sistema cooperativo. *Revesco, revista de estudios cooperativos*, 84(2004) pp. 37-52
- Duarte C., F. (2007) Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 2(3), 46-56. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281621764007>
- Espíritu O., R. (2011) Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 11(1), 65-75. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90418851009>
- García, R.C. Martínez, C.A. y Fernández, G.R. (2008). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 19(2). pp. 31-48. 2010.
- Lanzas D., V.E., Lanzas D., F.D. y Lanzas D., A.M. (2009) Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. *Scientia et Technica*, XV(43), pp. 267-272. DOI: 10.22517/23447214.2277
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., y Tomás-Marco, I. (2014). El Análisis Factorial Exploratorio de los Ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. DOI: 30.3.199361

- Marulanda V., F. Á., Montoya R., I. A. y Vélez R., J.M. (2014) Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225031330010>
- Mercado M., A., Robles E., É., y Oudhof van Barneveld, J. (2019). Propiedades psicométricas del Test de Motivaciones Existenciales en adultos jóvenes. *Persona*, 0(022(1)), 81-93. DOI: 10.26439/persona2019.n022(1).4090
- Moriano, J. A., Trejo, E., y Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229–242. DOI:10.1174/021347401317351152.
- Moriano, J.A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. y Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185. DOI: 10.1177/0894845310384481
- Rodríguez R., A. (2009) Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64612291005>
- Sánchez G., J. C., Ward, A., Hernández, B., y Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. DOI: 10.20511/pyr2017.v5n2.190
- Silveira P., Y. y Silveira M., R. (2017) Antecedentes del perfil del emprendedor brasileño de PYMES de los clusters industriales. Estudio del factor autoconfianza. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 16(1), pp. 22-43. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388551200003>
- Suárez, A.J. y Pedrosa, I. (2016) “Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro”. *Papeles del psicólogo*. 37(1), pp 62-68. 2016. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/778/77844204008.pdf>
- Zamora, S., Monroy, L. y Chávez, C. (2009). *Análisis factorial: una técnica para evaluar la dimensionalidad de las pruebas*. Cuaderno técnico 6. México: Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, A.C.