

DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

LIDERAZGO FEMENIL EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LUVIANOS Y SULTEPEC MÉXICO, 2019

L. en C. Yaneth Karina Garduño Espinoza¹

Dr. en Edu. Daniel Cardoso Jiménez²

M.en A. Josué Ociel Márquez Gómez³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Yaneth Karina Garduño Espinoza, Daniel Cardoso Jiménez y Josué Ociel Márquez Gómez (2021): "Liderazgo femenino en las micro, pequeñas y medianas empresas en Luvianos y Sultepec México, 2019", Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 15 (enero 2021). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/15-enero21/liderazgo-femenil-mexico>

Resumen

El objetivo de esta investigación es Identificar el liderazgo femenino en las Micro, Pequeña y Medianas Empresas (MiPyMes) que se dedican al comercio al por menor y mayor en los municipios de Luvianos y Sultepec Estado de México, 2019. La muestra fue de 184 empresas de Luvianos, 110 de Sultepec, la metodología aplicada es de carácter descriptivo y transaccional, además se aplicó el IPL a través de una escala de Likert. A lo que se refiere a los diferentes negocios dedicados al comercio, los que más predomina como tiendas de abarrotes, misceláneas, farmacias, tiendas de ropa, veterinarias, zapaterías, ferreterías, casa de materiales para la construcción, refaccionarias, tiendas de manualidades, papelerías, dulcerías no hay tiendas de autoservicios grandes, el 99.60 % son micro y 0.4 % son medianas. De acuerdo al IPL en dar aliento al corazón, lo cual se debe de trabajar en todas las empresas sin importar el tamaño, si es pública o privada es en reconocer cada labor tan significativa que realizan los seguidores de manera que los demás se den cuenta. Hoy en día se puede apreciar en las organizaciones se hacen

¹ UAP Tejupilco UAEM, México, bryseyda8683@gmail.com

² UAP Tejupilco UAEM, México, dcj400_@hotmail.com

³ UAP Tejupilco UAEM, México, josuemar12@gmail.com

cargo las mujeres, lo cual se está dejando la idea que se tenía, que sólo los hombres debían ser los jefes en las empresas.

Palabras Clave: Liderazgo, Empresa, sector comercio

FEMALE LEADERSHIP IN MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN LUVIANOS AND SULTEPEC MEXICO, 2019

Abstract

The objective of this research is to identify the female leadership in Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MiPyMes) that are dedicated to retail and wholesale trade in the municipalities of Luvianos and Sultepec Estado de México, 2019. The sample was 184 companies de Luvianos, 110 de Sultepec, the applied methodology is descriptive and transactional, and the IPL was applied through a Likert scale.

Regarding the different businesses dedicated to trade, the ones that predominate most are grocery stores, miscellaneous, pharmacies, clothing stores, veterinarians, shoe stores, hardware stores, building materials house, parts stores, craft stores, stationeries There are no large grocery stores, candy stores, 99.60% are micro and 0.4% are medium.

According to the IPL in giving encouragement to the heart, which must be worked in all companies regardless of size, if it is public or private it is in recognizing each significant work that the followers do in a way that others realize.

Today it can be seen in the organizations that women take over, which is leaving the idea that was had, that only men should be the bosses in companies.

Keywords: Leadership, Company, commerce sector

Introducción

Hoy en día donde se dan cambios en el mercado global y las empresas no logran esa flexibilidad y capacidad para adaptarse al entorno, lo cual trae como consecuencia que no logren sobrevivir y desaparezcan, debido a que no toman en cuenta que es necesario aprovechar los recursos tecnológicos, financiero y humanos.

Las decisiones estratégicas las toman en el presente y no orientadas hacia el futuro, no corren riesgos para crecer en el mercado. La mayoría de las organizaciones no tiene claras las metas y los objetivos

que pretenden alcanzar, existe poco el trabajo en equipo, debido a que carecen de personas que los guíen, orienten, inspiren confianza y prediquen con el ejemplo.

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPyMes) no pueden quedar al margen de este proceso. Más aún, su peso en el tejido productivo (el 99% de las empresas formales latinoamericanas son MiPyMes) y en el empleo (el 61% del empleo formal es generado por empresas de ese tamaño) las vuelve un actor central para garantizar la viabilidad y eficacia de la transformación generadora de una nueva dinámica de desarrollo que permita un crecimiento económico más rápido y continuo, que al mismo tiempo sea incluyente y sostenible (Dini y Stumpo, 2018)

Las circunstancias a las que día a día tienen que hacer frente los gerentes en temas como la globalización, la incertidumbre, la innovación tecnológica, la competitividad internacional, las condiciones económicas y políticas, justifica la pertinencia de estudiar el liderazgo empresarial.

El liderazgo es una variable que se debe trabajar en las organizaciones como parte de las habilidades directivas. En este sentido, el líder debe ser una persona capaz de facilitar las prácticas de cooperación organizacional, que contribuye al logro de las metas empresariales, además de ocuparse de satisfacer las necesidades del individuo. Sin embargo, es importante tener presente que el liderazgo es un fenómeno que no solo depende de las personas que lo ejercen, sino también está influenciado por el medio en que éstas se desenvuelven y de la organización de la que forman parte (Barahona, Cabrera y Torres, 2011).

Para analizar el liderazgo, esta investigación se basa en el modelo de Inventario de Prácticas de Liderazgo (IPL) de Kouzes y Posner (1997, 2003).

Entre los estudios sobre liderazgo se pueden citar a Pedraza, Lavín, Delgado y Bernal (2015), en su estudio identificaron las prácticas de liderazgo en empresas del sector comercial en Tamaulipas (México), con un cuestionario revisado por expertos a una muestra de 84 gerentes; entre los hallazgos se determinó que las cinco dimensiones del IPL (desafiar los procesos, inspirar una visión compartida, habilitar a los demás para actuar, modelar el camino y dar aliento al corazón), están presentes en las prácticas de liderazgo de la gerencia comercial de las empresas analizadas.

En este contexto, las empresas requieren mejores líderes, con amplia visión y gran confianza. Una buena administración y gestión ya no son suficientes, cada vez es necesario contar con un liderazgo en las MIPYMES.

Objetivo

El objetivo general es Identificar el liderazgo femenino mediante el Inventario de Prácticas de Liderazgo (IPL) en las Micro, Pequeña y Medianas Empresas que se dedican al comercio en Luvianos, Sultepec, México.

Referente a los objetivos específicos

- Analizar los resultados de Inventario de Prácticas de Liderazgo aplicados a las MiPyMes.
- Determinar el tipo de liderazgo femenino que existe en las MiPyMes de Luvianos y Sultepec.

Marco Teórico

Rost (1991), analizó materiales escritos desde 1900 hasta 1990, y encontró más de 200 definiciones diferentes para el liderazgo que van desde entender al líder como grandes hombres o héroes que eran altamente influyentes debido a su carisma personal, inteligencia, sabiduría o habilidad política hasta entender al líder como el que sirve y que asegura que atiendan las necesidades de mayor prioridad de otras personas. Por su parte Dugan (2017) enfatiza la diferencia de líder, concepto que se refiere al individuo y a menudo está ligado a la promulgación de un rol particular, y el concepto que se refiere a un individuo, a menudo está ligado a la promulgación de un rol en particular, el concepto de liderazgo que refleja un enfoque de procesos colectivos de personas que trabajan juntas hacia objetivos comunes o esfuerzos de desarrollo de liderazgo colectivo.

Los nuevos líderes deberán contribuir sus propias necesidades, la de sus equipos, y esto determinará la calidad de su liderazgo. Por otra parte, a pesar de que la mayoría de las teorías, modelos de liderazgo existentes hasta ahora se enfoca en la relación de líder y sus seguidores, es importante considerar desde un punto de vista personal (intrapersonal) hacia una perspectiva social (interliderazgo).

De acuerdo con las conclusiones del World Economic Forum -Foro de Davos- (Centro de Investigaciones Manpower, 2012), nos encontramos ante una nueva era denominada "*Human Age*". Esta nueva era se enmarca en un entorno particularmente dinámico y cambiante, donde la progresiva consolidación de los efectos de la globalización, los cambios demográficos, el impacto de los avances tecnológicos y sus consecuencias en la socialización de individuos y empresas introduce en muchas organizaciones la necesidad de realizar un replanteamiento de las estrategias de gestión de sus profesionales.

Por otra parte, en la edición 2015 del World Economic Forum, señalo que la falta de líderes es uno de los retos más importantes a lo que se enfrenta la humanidad y el 86 % de los encuestados de la Agenda Global acordaron que sufrimos crisis de liderazgo a nivel mundial (World Economic Forum 2015). En opinión de Fernández y Alva (2018) "si analizamos los diez problemas que plantearon entonces, es

posible concluir que el primero y más importante, es sin lugar a dudas justamente éste, pues sin líderes que encaren los desafíos del devenir, como sociedad, ¿cómo vamos a enfrentarlos? (p.23)

Según Silíceo, Casares y González (1999), el líder en todos los niveles y en todos los campos de trabajo humano, es en realidad un constructor de la cultura organizacional, siendo esta, el conjunto de valores, tradiciones, creencias, hábitos, normas, actitudes y conductas que le dan identidad, personalidad, sentido y destino a una organización para el logro de sus objetivos económicos y sociales. Un líder transformador promueve relaciones caracterizadas por escasa distancia al poder y altos niveles de confianza (Yukl, 2008). La confianza es un elemento esencial en la construcción de las relaciones humanas. Searle y Ball (2004) advierten que, a pesar de su importancia, se trata de una entidad frágil, tan difícil de construir como de recomponer. La confianza organizacional es crítica para que las organizaciones puedan lograr sus objetivos y retener recursos humanos valiosos.

Liderazgo transaccional y transformacional

Como afirma Barrios (2010) un líder necesita desarrollar con eficacia un proceso de comunicación en la organización. Es importante la comunicación para lograr un ejercicio eficiente del liderazgo y en consecuencia ayudar al cambio cultural en la organización. La comunicación es un elemento esencial para la vida de las organizaciones. Es consubstancial en la empresa e imprescindible para su buen funcionamiento, desempeña un papel de primordial importancia en la creación, mantenimiento y cambio en la cultura e identidad corporativa.

Por otro lado, Silva (2008) concibe que en las organizaciones se mencionan dos conceptos importantes: líderes y liderazgo. Los líderes son aquellos que son capaces de influir en otros y que tienen autoridad administrativa. El liderazgo es el proceso de influir en otros y apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos. Ser líder en esta época es un reto. Las organizaciones buscan líderes con mentalidad de liderazgo (Maxwell, 1996).

Esto implica la necesidad de que el líder forme líderes y se multipliquen. No basta con sólo ser un líder, además de esto quien lo es debe impulsar a otros dentro de la organización para que lo sean también: el verdadero líder crea una interlocución con sus subordinados, una retroalimentación comunicacional efectiva que lleve a la solución de cualquier situación que se presente.

Por su parte, Martínez (2007) afirma que el liderazgo en una empresa es muy importante dada su capacidad de guiar y dirigir. También una empresa con un buen líder, puede tener una planeación correcta, excelente control, y puede hacer que la empresa fluya sin algún tipo de tardanza, cabe mencionar que un líder es necesario para que una empresa funcione, pero sí la hace más efectiva.

Teoría de liderazgo transformacional de Kouzes y Posner (2003)

Estos autores al observar con detenimiento el proceso dinámico del liderazgo mediante el análisis de casos, encuestas, reconocieron cinco prácticas fundamentales a través de las cuales los líderes logran realizar cosas extraordinarias. El modelo del liderazgo cobró vida, carácter, color cuando empezaron a escuchar historias de personas corrientes que obtenían logros fuera de lo común. Encontraron que los líderes estudiados eran capaces de llevar a cabo las cinco prácticas siguientes:

- Desafiar los procesos.
- Inspirar una visión compartida.
- Habilitar a los demás para que actúen.
- Modelar el camino.
- Dar aliento al corazón.

De las definiciones anteriores, se puede afirmar que el contexto de liderazgo no sólo se define en una organización, sino que abarca diversas facetas de índole social donde alguien en su actividad concreta puede influir sobre el comportamiento de otro individuo o grupo. Siempre que un individuo trate de influir sobre el comportamiento de otro, ese individuo es el líder potencial y la persona sobre la cual trata de influir es el seguidor potencial, sin importar que la persona sea su jefe, colega, subordinado o amigo.

Metodología

El alcance de este estudio es descriptivo, debido al interés existente en identificar y caracterizar los comportamientos de la gerencia comercial en las cinco prácticas de liderazgo del modelo IPL. Se trató de un diseño de investigación no experimental, ya que no se influyó en los encuestados o en su entorno para que respondieran a las preguntas formuladas en el cuestionario. Se llevó a cabo un estudio transversal, con motivo de que la recolección de datos se produce en un periodo específico del tiempo. En concreto, en el año 2019.

La investigación realizada corresponde al enfoque cualitativo, puesto que se recabaron los datos por medio de cuestionario y se analizaron los mismos con técnicas como el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), para determinar la estructura subyacente de las dimensiones o prácticas de liderazgo; el Alpha de Cronbach para la valoración de la confiabilidad del instrumento (Mertens, 2010; Hernández, Fernández y Baptista, 2010; Creswell, 2012).

VARIABLES DE ESTUDIO

Variable dependiente:

- El liderazgo femenino en las MiPyMes en Luvianos y Sultepec, México.

VARIABLES INDEPENDIENTES:

- Desafiar los procesos
- Inspirar una visión compartida
- Habilitar a los demás para que actúen
- Modelar el camino
- Dar aliento al corazón

Población de estudio y tamaño de la muestra

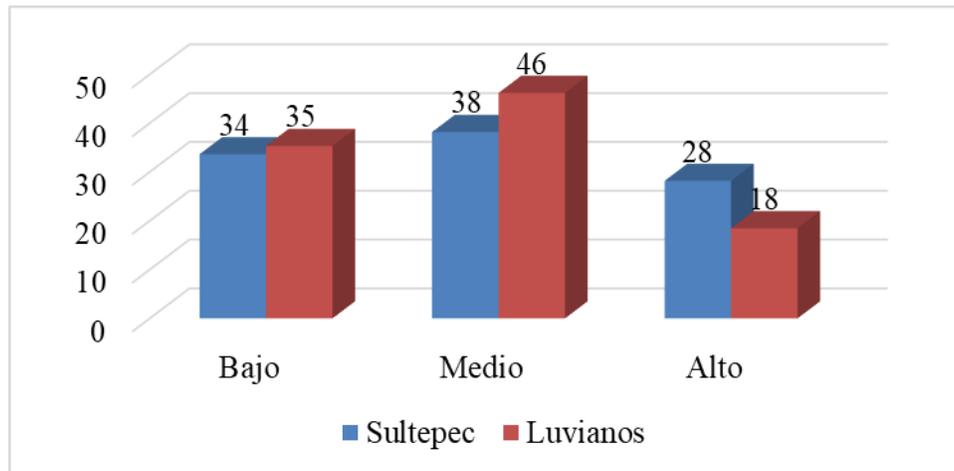
De acuerdo a la información del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) se encontraron 502 empresas que se dedican al comercio por mayor y por menor. Como instrumento para obtener los datos se aplicó el tablero de números al total de la población a 184 MiPyMes para el municipio de Luvianos y 110 para Sultepec. <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/#>.

Resultados

La forma más popular para medir la consistencia interna es el alfa de Cronbach, cuyo valor es 0.849 en Luvianos y 0.933 Sultepec, indica, lo que es indicativo de un buen nivel de confianza de los cuestionarios utilizados en el desarrollo de esta investigación, utilizándose el software SPSS (versión 23).

En lo que se refiere a desafiar los procesos las empresas se encuentran en un nivel del liderazgo medio con 38 % de las cuales el 23 % son mujeres en Sultepec y medio 46 % al ser 30% mujeres en Luvianos, muestra que están en punto donde se le debe dar mayor importancia a, impulsar a los líderes y seguidores a que deben optar por cambiar, arriesgar, mejorar e innovar para seguir en el mercado, actualmente se necesita líderes comprometidos.

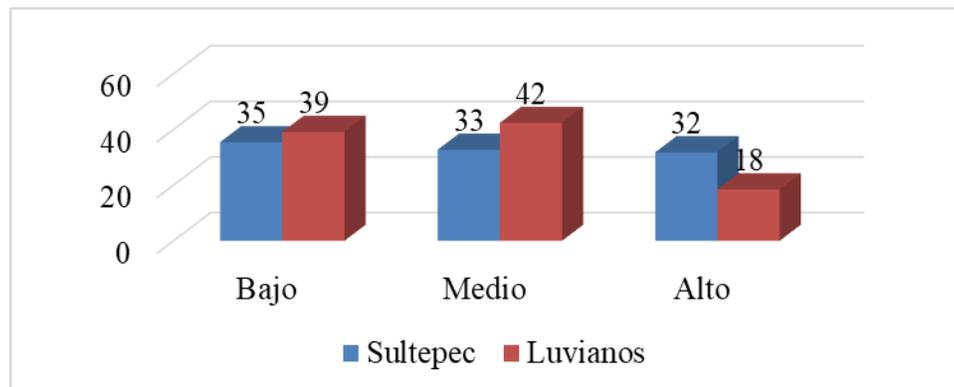
Figura 1. Desafiar procesos



Fuente: Elaboración propia.

Inspirar una visión compartida con 39 % en Sultepec nivel 1 bajo de las cuales el 19 % corresponde a las mujeres, 42 % en Luvianos están en un nivel 2 medio de liderazgo 28 % son mujeres, se debe conocer la visión de las MyPimes, sino se cuenta trabajar para compartir, construir en escenarios futuros para que el líder y seguidor compartan las mismas metas.

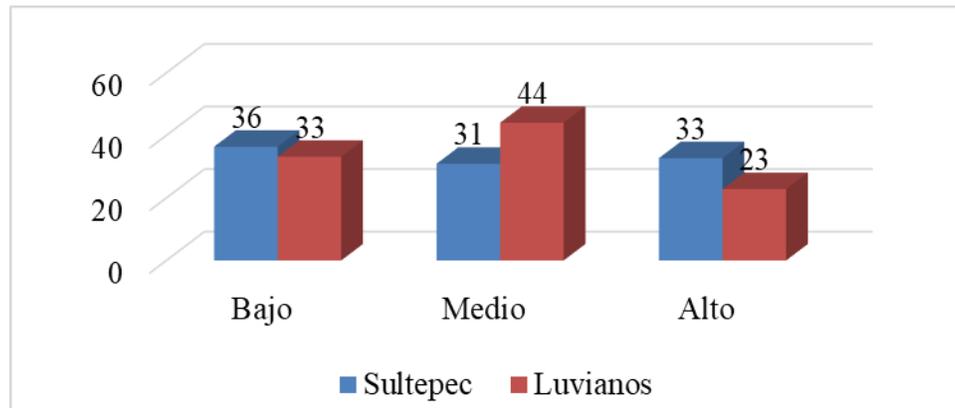
Figura 2. Inspirar una visión compartida



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a habilitar a los demás para que actúen se encuentra en un nivel bajo 36 % en Sultepec de las cuales el 24% son mujeres, 44% en medio el 28% son mujeres. En esta dimensión se determinó que el gerente debe llevar a cabo un proceso participativo, colaborativo y cooperativo en la toma de decisiones, comportamiento que incide favorablemente en fomentar seguidores proactivos.

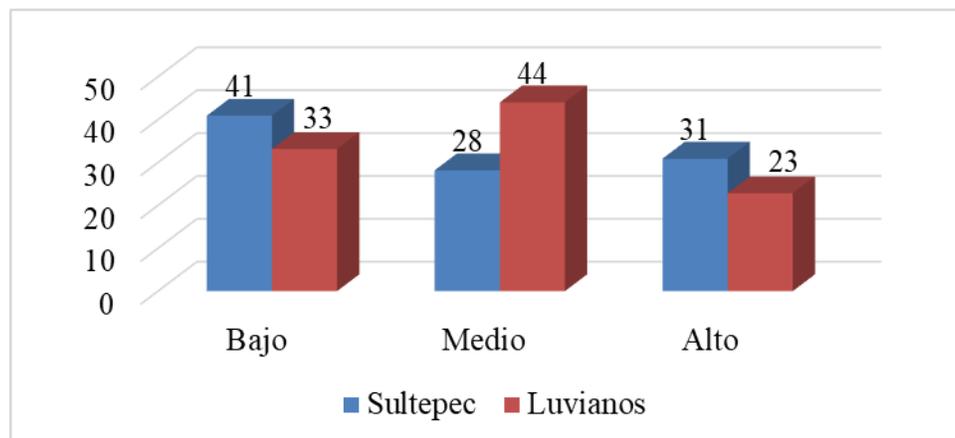
Figura 3. Habilitar a los demás para que actúen



Fuente: Elaboración propia.

En la variable modelar el camino 41 % de las MyPiMes de Sultepec encuestadas se encuentran en un nivel bajo 24 % son mujeres, 44 % de Luvianos en medio 32 % corresponde a las mujeres. Lo que viene ayudar a llevar una consistencia de su razonamiento moral con su práctica o moralidad, coloquialmente, el líder “predica con el ejemplo” de manera constante.

Figura 4. Modelar el camino

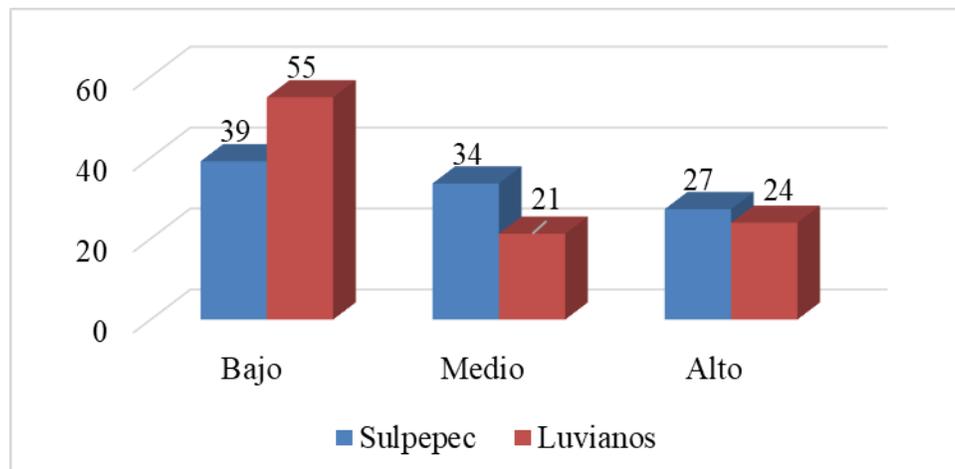


Fuente: Elaboración propia.

Por último, en la variable dar aliento al corazón que es un punto importante e indispensable en el que permite que el líder se muestre como tal, en una organización 39 % de las empresas en Sultepec 18 % son mujeres y 55 % en Luvianos de las cuales 33 % son mujeres se encuentran en un nivel bajo. El líder no reconoce de manera pública las contribuciones individuales y no hay tiempo para celebrar los logros del equipo, son pocas empresas donde se le da el mérito al trabajador, también influye en que

mencionan los demás seguidores es mi consentimiento y no lo hace, por mínima la felicitación crea una confianza enorme para hacer sus tareas con gusto. Que debería ser todo lo contrario.

Figura 5. Dar aliento al corazón



Fuente: Elaboración propia.

A lo que se refiere a los diferentes negocios dedicados al comercio, los que más predomina son tiendas de abarrotes, misceláneas, farmacias, tiendas de ropa, veterinarias, zapaterías, ferreterías, casa de materiales para la construcción, refaccionarias, tiendas de manualidades, fruterías, dulcerías no hay tiendas de autoservicios grandes.

Conclusiones

Hoy en día la labor que desempeña la mujer en el ramo empresarial como líder no ha sido fácil porque aún en la sociedad no se le ha dado la importancia del lugar que ocupa en el ámbito empresarial. Pues siempre se ha hecho de menos la actitud y postura que muestra ante la sociedad.

Es por eso que no importa si eres hombre o mujer un líder debe lograr el funcionamiento del trabajo en equipo, inspirar confianza en los demás para que realicen sus actividades con gusto y no con presión, predicar con el ejemplo, porque la mayoría de los empleados imitan o quieren ser como su jefe. Es necesario para que las empresas sean eficientes aprovechar los recursos tecnológicos, financiero y humanos.

Referente al sexo, escolaridad, nivel de estudios, puesto, antigüedad en el puesto se relaciona significativamente con el instrumento del liderazgo en desafiar los procesos y dar aliento al corazón,

gerentes, dueños, encargados innova procesos para mejorar en la administración de las MyPiMes, teniendo una atención con los seguidores y reconociendo su labor ante los demás.

De acuerdo con las prácticas de liderazgo evaluados, los directivos presentan un liderazgo transformacional con algunas características transaccionales, lo que confirma la existencia de un perfil de liderazgo, que no excluye prácticas pertenecientes a otras categorías.

Es importante destacar que se ha dejado a un lado, donde el hombre es el encargado de los negocios, en la actualidad las mujeres vienen desempeñando ese rol, haciendo de buena manera.

A través del gobierno, escuelas, se les puede ofrecer a los dueños, encargados, de las MyPiMes cursos de capacitación sobre liderazgo, emprendimiento, clima organizacional, motivación, gestión empresarial y financiera.

Considerando la economía formal, las Micro empresas de Sultepec y Luvianos representan el 99.6% de las empresas, 0.4 % son medianas.

Referencias

Barahona, H., Cabrera, D. y Torres, U. (2011). Los líderes en el siglo XXI. En: *Entramado*, 7(2): 86-97.

Barrios, J. (2010). La comunicación organizacional y el liderazgo en empresas mixtas del sector petrolero. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/administracionestrategia/comunicacionorganizacional-liderazgo-sector-petrolero-mexico.htm>. Consultado el 26 de agosto de 2011.

CEPAL/OCDE (Comisión Económica para América Latina y el Caribe/Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos) (2012), *Perspectivas económicas de América Latina 2013: políticas de pymes para el cambio estructural (LC/G.2545)*, París.

Creswell, J. (2012). *Educational research: planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson Education Inc.

Dugan, J.P. (2017) *Leadership theory: Cultivating critical perspectives*. San Francisco, USA: Jossey-Bass.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

<http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/#>.

Kouzes, J. y Posner, B. (1997). *The leadership challenge*. San Francisco. USA: Jossey-Bass INC.

Kouzes, J. y Posner, B. (2003). *Las cinco prácticas de liderazgo ejemplar*. San Francisco, Estados Unidos: Pfeiffer editorial John Wiley & Sons, Inc.

- M. Dini y G. Stumpo (coords.), "MiPyMes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento", Documentos de Proyectos (LC/TS.2018/75), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018.
- Maxwell, J. (1996). Desarrolle los líderes que están alrededor de usted. U. S. A.: Editorial Caribe.
- Mertens, D. (2010). Research and evaluation in education and psychology: integrating diversity with quantitative, qualitative and mixed methods. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Pedraza, N, Lavín, J., Delgado, G., y Bernal, I. (2015). "Prácticas de Liderazgo en Empresas comerciales en Tamaulipas (México). Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, vol. XXIII, núm. 1, pp. 251-265
- Rost, J.C.(1991). Leadership for the twenty-first century. Westport, CT: Praeger.
- Searle, R. H., & Ball, K. S. (2004). The development of trust and distrust in a merger. Journal of Managerial Psychology, 19(7), 708-721.
- Silíceo, A., Casares, D. y González, I. (1999). "Liderazgo, Valores y Cultura Organizacional". México: Editorial McGraw Hill.
- Silva, M. (2008). Análisis Crítico del libro Maxwell, J. C. (2005). Liderazgo eficaz Cómo influir en los demás. Colombia: Editorial Vida.
- World Economic Forum. (2015). Outlook on the global agenda 2015. Conogny/Geneva: World Economic Forum.
- Yukl, G. (2008). "Leadership in organizations". Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Zárate, R., y Matviuk, S. (2012). Liderazgo y Emprendimiento Innovador en Nuevas Empresas de Base Tecnológica. Un Estudio de Casos Basado en un Enfoque de Gestión del Conocimiento. Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo, 1(1), 5-50.