

ANÁLISIS DEL LIDERAZGO DE LA MUJER EN EMPRESAS EXPORTADORAS TABASQUEÑAS

Rodríguez Cuevas, Yutzill (1), González Rosas, Erika Lourdes (2)

1 [Licenciatura en Comercio Internacional y Aduanas, Universidad Politécnica del Golfo de México] | [Yutzill@outlook.com]

2 [Departamento de Gestión y Dirección de Empresas, División de Ciencias Económico Administrativo, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato] | [gonzalez@ugto.mx]

Resumen

El propósito de esta investigación es identificar las líderes de empresas tabasqueñas con procesos de internacionalización en México mediante un estudio cualitativo y documental que se basa en indicadores del Instituto Nacional de Estadística y el Sistema de Información Empresarial Mexicano. La información permitió responder a la pregunta de investigación planteada sobre ¿Cuál es la relación de mujeres líderes empresarias tabasqueñas que encabezan las exportadoras? Donde a su vez comprobó que el porcentaje de la participación de la mujer como líder en el mundo empresarial, la cual representa una minoría frente al varón en el entorno exportador.

Abstract

The purpose of this research is to identify the leaders of Tabasco companies with internationalization processes in Mexico through a qualitative and documentary study that is based on indicators of the National Institute of Statistics and the Mexican Business Information System. The information allowed to answer the research question raised on What is the relationship of women leaders Tabasqueñas entrepreneurs who lead the exporters' companies? In turn, she found that the percentage of women's participation as a leader in the business world which represents a minority against the male in the export environment.

Palabras Clave

Liderazgo; Procesos de internacionalización, Tabasco

INTRODUCCIÓN

La constante necesidad de innovarse y estar al alcance de las mejores empresas constituidas en este mundo globalizado crea una expectativa de mantenerse en un margen competitivo donde se requiere que las empresas utilicen sus mejores recursos para poder crecer y desarrollarse sin quedarse en el intento, es por eso que todas las empresas necesitan de estrategias, modelos o procesos que les permitan explotar su potencial y establecerse no solo en el mercado regional o nacional, sino también en el internacional el cual actualmente está en función de uno de los papeles más importantes a la que una empresa debe aspirar para que pueda alcanzar ese modelo competitivo que las grandes empresas establecidas ya tienen consigo; aunado a esto una empresa necesita tener un ente que le dirija de la mejor manera, alguien que no solo sea la cabeza de la institución si no que le permita un crecimiento constante y duradero, lo que en otras palabras se conoce como líder.

En la actualidad el proceso de internacionalización define el progreso de una entidad empresarial, donde conceptualmente se puede enmarcar de diferentes maneras, así como también tiene diferentes modelos, perspectivas y propuestas de cuál es la manera más completa que permita desarrollar de la mejor forma este proceso. Se cree que, tras la constante introducción de estructuras administrativas extranjeras, México ha adoptado poco a poco estos modelos de gestión que en su mayoría no se ajusta a nuestra cultura y peculiaridad por no ser propiamente modelos provenientes de nuestra nación (Velázquez Valadez, Montejano Luna, & Allier Campuzano, 2015) [3].

Por ello esta investigación documental se centra en definir la participación de liderazgo que hay en el Estado de Tabasco enfocado a la mujer y su presencia en el mundo empresarial exportador, dónde de igual manera se hablará sobre las teorías de los procesos de internacionalización que permite analizar la importancia que ambas variables tienen para la evolución empresarial dónde las empresas que ya son exitosas han logrado a través de sus líderes llegar hasta donde están hoy.

Teorías sobre la internacionalización de las empresas

“Definimos la Internacionalización de la Empresa como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo” (Villareal Larrinaga, 2005:58). [4]

Existen diferentes teorías que se definen cómo: La teoría clásica que se establece bajo las ventajas competitivas que existen entre diferentes naciones, La teoría del ciclo de vida del producto que corresponde al análisis que da cabida a la selección de las capacidades que se deben de cumplir para formar parte del mercado internacional una vez que se indique la relación que existe entre la inversión directa y las etapas de la vida de los productos, el modelo de Upsala quién en el proceso de internacionalización estudia cómo se lleva a cabo este proceso, el paradigma de Porter determina el porqué de la internacionalización y sobre todo tiende a examinar dónde se llevará a cabo, la teoría del enfoque estratégico cree que la internacionalización provee tanto oportunidades y amenazas del entorno como recursos y capacidades de la empresa basados en la adopción de estrategias que contengan estos elementos, la teoría de internacionalización que se permite contener todos los enfoques donde precisamente se dedican a estudiar la internacionalización de la empresa ya que se cree que el aporte principal proviene de los valores de la transacción por qué a través de este se dedique como se llevará a cabo este proceso y finalmente el paradigma electico de Duning qué en pocas palabras aprovechando las perspectivas anteriores las integra para enfocarse en los factores de manera más completa (Galán Zazo, Galende Del Canto, & González Benito Javier, 2000) [1].

Dunning se basa en el estudio de los costos y ventajas que se obtienen tras lograr una producción en el extranjero se cree que la disposición de ingresar en un mercado internacional se obtiene de una manera racional,

por lo que entiende que esta es la teoría más completa (Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vásquez, & Becerra Plaza Gisele, 2006) [2].

Tabasco

Localizado en el sureste del país, Tabasco representa 1.26% de la superficie del país, tal como se muestra en la Imagen 1.

Imagen 1.- Representación del Estado de Tabasco como superficie del país



Fuente: INEGI en base al Marco Geoestadístico versión 6.5 [10]

Hasta el año 2015, su población era de 2 395 272 habitantes, lo que en ese entonces equivalía a el 2.0% del total del país, entre los cuales 1 223 680 habitantes eran mujeres y 1 171 592 eran hombres como lo muestra en la Imagen 2, lo que nos indica que un 49% de la población Tabasqueña es mujer y un 51% son hombres.

Imagen 2.- Número de habitantes del Estado de Tabasco en el año 2015.



Fuente: INEGI en base a la encuesta Intercensal 2015 [11]

Es importante destacar que en este mismo año según los datos presentados por INEGI la distribución de la población se encontró segmentada en un 57% para la población urbana y 43% para la población rural como se muestra en la Imagen 3 ya que a nivel nacional reflejó que estos datos correspondían a un 78 y 22% respectivamente.

Imagen 3- Distribución de la población urbana y rural del Estado de Tabasco en el año 2015



Fuente: INEGI en base al Censo de población y Vivienda 2015 [12]

Ha sido necesario enfatizar en la distribución de la población porqué, así como hay empresas establecidas en la zona urbana que actualmente se encuentran en el ámbito exportador, así hay organizaciones económicas en la zona rural que tras ser asociaciones agrícolas locales participan para poder abastecer las grandes demandas de sus respectivos productos que son preparados para ser enviados al extranjero.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación se realizó con la finalidad de conocer la participación de la mujer empresaria tabasqueña en el ámbito exportador mediante indicadores proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). Donde una vez obtenidos los datos principales que equivalían a conocer en términos generales cuantas son las empresas que estaban instituidas en el Estado de Tabasco, así como cuales de ellas son empresas que ya exportan al extranjero y lo más importante definir el género al que pertenecen sus líderes quienes por ende a través de sus estrategias han logrado posicionarse en el lugar en el que ahora están.

Para lograr obtener los datos referentes al género, se hicieron llamadas telefónicas a cada una de las empresas, en las cuales la mayoría por políticas de privacidad no permitían dar cierta información, y quienes lo hicieron se sintieron identificados por el hecho de tener un grado universitario y saber que la búsqueda de información en este sentido es aún más complicado. Por otro lado, se utilizaron motores de búsqueda como Google donde se indagó gracias a publicaciones de revistas y páginas webs donde tenían entrevistas o

apuntaban sus nombres como participantes en algún evento importante y fue así como se logró identificar quienes eran y evidentemente a qué género pertenecía. También se enviaron correos electrónicos, pero no hubo respuesta por parte de las empresas, finalmente sólo un dato no se pudo recabar por que en ningún medio se pudo encontrar la información que se requería por lo que en los resultados se marcó como indefinido. Por parte de las organizaciones económicas del Estado, fue más fácil identificarlos debido a que la información al respecto es gratuita ya que por ser líderes de las Asociaciones Agrícolas se encargan de hacer invitaciones más frecuentes a las comunidades para que sean parte de la asociación ya que estos buscan favorecer a las comunidades y lograr el abastecimiento de la producción.

Actualmente, Tabasco cuenta con un total de 7,923 empresas registradas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) tal como se muestra en la Tabla 1, de las cuales por hasta ahora por lo que se puede apreciar en la Tabla 2 sólo 14 han incursionado en el mercado internacional.

Tabla 1.- Número de empresas registradas en el SIEM por cada uno de los municipios del Estado de Tabasco.

MUNICIPIOS	EMPRESAS
BALANCAN	65
CARDENAS	662
CENTLA	47
CENTRO	4822
COMALCALCO	600
CONDUACAN	238
EMILIANO ZAPATA	129
HUIMANGUILLO	221
JALAPA	76
JALPA DE MENDEZ	126
JONUTA	48
MACUSPANA	301
NACAJUCA	136
PARAISO	239
TACOTALPA	57
TEAPA	70
TENOSIQUE	86
TOTAL	7923

Fuente: SIEM con base en datos registrados en la misma [5]

Por otro lado, es importante destacar que, aunque estas 14 empresas participan en el ámbito exportador, no todas son propiamente del Estado de Tabasco si no que sólo 10 son regionales, y el resto se divide en 2 nacionales y 2 extranjeros, pero debido a qué están establecidas en el

Estado, aunque no sean regionales y cuentan con un mercado exportador el SIEM y PROMÉXICO las registran como tal.

Tabla 2.- Número de empresas exportadoras registradas en el SIEM del Estado de Tabasco.

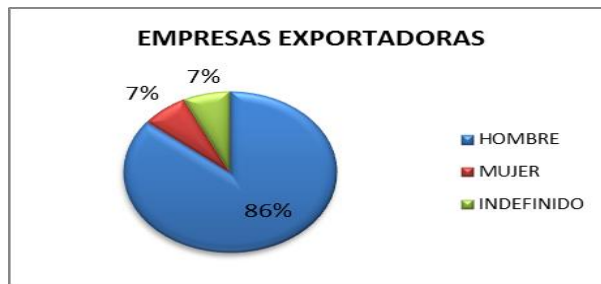
PROCEDENCIA	EMPRESA
REGIONALES	ESCUADERO INDUSTRIAL S.A DE C.V
	FABRICA DE MOBILIARIO DE OFICINA Y ESCOLAR
	INGENIO PRESIDENTE BENITO JUAREZ S.A DE C.V
	MAGDU S.A DE C.V
	MEXICAN CHEESE DISTRIBUTORS S.A DE C.V
	PRODUCTORES DE TACOTALPA S.A DE C.V
	QUESOS SABROSOS S.A DE C.V
	SANTA ROSALIA DE LA CHONTALPA S.A DE C.V
	TAY GOURMET
	ULTRALACTEOS S.A DE C.V
NACIONALES	ALLEN DEL NORTE S.A DE C.V
	GARCÍA AND MALLITZ S.A DE C.V
EXTRANJEROS	HALLIBURTON DE MÉXICO S. DE R.L DE C.V
	SCHWEITZER ENGINEERING LABORATORIES S.A DE C.V

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por el SIEM [6] y PROMÉXICO [8].

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez recopilada la información necesaria se encontró que hablando porcentualmente como se visualiza en la Gráfica 1 el 86% de los líderes de estas empresas son hombres y que el 7% es mujer, aunado a esto tras la falta de información por parte de algunas empresas el 7% restante se encuentra en una posición indefinida en la que se desconoce a qué género corresponde.

Gráfica 1.- Distribución del liderazgo por género en las empresas exportadoras del Estado de Tabasco.



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por el SIEM [7] y PROMÉXICO [9].

Anteriormente hice mención respecto a la importancia de la distribución de la población dónde esclareció que existen ciertas

organizaciones económicas que son participes dentro del ámbito y cómo se logra apreciar en la Gráfica 2, los líderes que operan en esta se encuentran definidos porcentualmente de la siguiente manera: el 93% de los líderes de estas organizaciones son hombres, el 5% son mujeres y un 2% se establece como indefinido, por las mismas razones del ejemplo anterior.

Gráfica 2.- Distribución del liderazgo por género en las organizaciones económicas del Estado de Tabasco.



Fuente: Elaboración propia en base a resultados proporcionados por el Directorio de Organizaciones Económicas del Estado de Tabasco [13].

CONCLUSIONES

Tras analizar la aportación de las empresas tabasqueñas en el ámbito exportador se encontró que las mujeres líderes tienen una participación mínima tanto en las empresas del entorno urbano, como el entorno rural. Destacando que ambas partes participan en el mercado internacional y dónde en muy pocas ocasiones han permitido que la mujer logre ser la cabeza y líder de una organización.

Para lograr analizar más a fondo las problemáticas principales que hacen que una mujer no logre ocupar estos puestos importantes en el mundo empresarial es necesario hacer un estudio empírico que permita discernir estos factores.

AGRADECIMIENTOS

A la Dra. Erika Lourdes González Rosas por la dirección y apoyo durante la investigación.

Al Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco por el apoyo de financiamiento otorgado.

A la Universidad de Guanajuato por proveer las herramientas para el trabajo de investigación.

A la Universidad Politécnica del Golfo de México por otorgar el apoyo para pertenecer al programa.

REFERENCIAS

[1] Galán Zazo, J. I., Galende Del Canto, J., & González Benito, J. (2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización: El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. *Economía industrial*, S/N (333), 33-48.

[2] Trujillo Dávila, M. A., Rodríguez Ospina, D. F., Guzmán Vásquez, A., & Becerra Plaza, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

[3] Velázquez Valadez, G., Montejano Luna, J. A., & Allier Campuzano, H. (2015). Trascendencia del perfil del líder en la gestión y dirección de los equipos de trabajo en las organizaciones mexicanas. *Transcendancy of the Leadership Profile in the Management and Guidance of Work Teams in Mexican Organizations*, 30 (73), 163-189.

[4] Villareal Larrinaga, O., (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: Una revisión conceptual contemporánea. *Cuadernos de Gestión*, 5 (2), 55-73.

[5], [6], [7] Sistema de Información Empresarial Mexicano. (2017). Estadísticas de empresas por municipio. Sistema de Información Empresarial Mexicano consultado el 10 de Julio del 2017. Recuperado de <http://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/xmun.asp?edo=27>

[8], [9] Proméxico. (2017). Directorio de exportadores: Tabasco. Proméxico. Consultado el 13 de Julio del 2017. Recuperado de <http://diex.promexico.gob.mx/es/buscar?q=tabasco>

[10] Directorio de Organizaciones Económicas del Estado de Tabasco. (2016). Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación consultado el 14 de Julio del 2017. Recuperado de <http://www.sagarpa.gob.mx/desarrolloRural/Publicaciones/Lists/Estrategia%20de%20Interlocucin%20con%20las%20Organizaciones/Attachments/30/tabasco.pdf>

[11], [12], [13] Instituto Nacional de Estadística. (2015). Información por entidad: Tabasco. Instituto Nacional de Estadística consultado el 17 de Julio del 2017. Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tab/default.aspx?tema=me&e=27>