

Liderazgo de género y su influencia en la rentabilidad de empresas del sector comercio en Ecuador.

Gender leadership and its influence on the profitability of companies in the commercial sector in Ecuador.

Angel Paulino Arcos Cobra

<https://orcid.org/0000-0003-0314-458X>

angel.arcosc@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

Guayaquil - Ecuador

Cita a este artículo: Arcos Cobra, A. P. (2022). Liderazgo de género y su influencia en la rentabilidad de empresas del sector comercio en Ecuador. *Fronteras del Conocimiento*, 1(1), 36-50.

Artículo recibido: 25 de mayo de 2022

Aceptado para publicación: 28 de junio de 2022

Publicado: 1 de julio de 2022

Conflictos de intereses: Ninguno que declarar

Resumen

Este texto presenta el perfil del líder desde puntos importantes como la rentabilidad de las empresas en Ecuador y, como alternativa, la capacidad de los empleados, así como el papel del liderazgo de género en este contexto. Se destaca que se ha derribado el estereotipo de diferenciación entre las capacidades de liderazgo de hombres y mujeres. Aunque aún existen estereotipos en la sociedad, se enfatiza que el género no debe ser un requisito para ser líder. Se plantea que el objetivo de este artículo es investigar cómo el liderazgo de género incide en la rentabilidad de las empresas del sector comercio en Ecuador. Se menciona que se recolectará información financiera de diferentes empresas con el fin de cuantificar el impacto que tiene el perfil del líder empresarial en el país. Este texto presenta una investigación que analiza el perfil de liderazgo y rentabilidad financiera en empresas lideradas por hombres y mujeres. Se utiliza una muestra de 55 empresas y se aplican técnicas estadísticas como tablas de contingencia y análisis chi-cuadrado. Los resultados muestran que las mujeres tienden a liderar empresas con rentabilidad menor a un millón de dólares y con un número de empleados menor o igual a 10, mientras que los hombres lideran empresas con rentabilidades mayores al millón de dólares y con un número de empleados mayor. También se concluye que existe una asociación entre la rentabilidad de las empresas y el género de liderazgo. Se destaca la importancia de reconocer que cada género tiene liderazgo en diferentes segmentos de empresas.

Palabras clave: liderazgo; género; rentabilidad; sector comercio; empresas.

Abstract

This text presents the leader's profile from important points such as the profitability of companies in Ecuador and, as an alternative, employee capacity, as well as the role of gender leadership in this context. It is highlighted that the stereotype of differentiation between the leadership capacities of men and women has been demolished. Although there are still stereotypes in society, it is emphasized that gender should not be a requirement to be a leader. It is stated that the objective of this article is to investigate how gender leadership affects the profitability of companies in the commerce sector in Ecuador. It is mentioned that financial information will be collected from different companies in order to quantify the impact of the profile of the business leader in the country. This text presents research that analyzes the leadership profile and financial profitability in companies led by men and women. A sample of 55 companies is used, and statistical techniques such as contingency tables and chi-square analysis are applied. The results show that women tend to lead companies with profitability of less than one million dollars and with some employees less than or equal to 10, while men lead companies with profitability of more than one million dollars and with a number of employees elderly. It is also concluded that there is an association between the profitability of companies and the gender of leadership. The importance of recognizing that each gender has leadership in different business segments is highlighted.

Keywords: leadership; gender; cost effectiveness; trade sector; companies.

INTRODUCCIÓN

El rendimiento financiero de las empresas en Ecuador puede ser muy variable y esto puede tener un impacto en el desarrollo económico de las industrias (Coba, Díaz, Zurita, & Proaño, 2017). De hecho, la dispersión en el rendimiento financiero de las empresas ecuatorianas es más de 100 veces mayor que el promedio de retorno del mercado. Esto puede generar desconfianza en las decisiones de inversión privada en la economía ecuatoriana (Sandrea, Bóscan, Romero, & Acosta, 2006). Sin embargo, en la actualidad no se están implementando medidas estandarizadas para reducir el riesgo asociado a los bajos rendimientos en las inversiones empresariales en Ecuador, que en promedio fueron del 6,4% en el año 2013 (SUPERCIA, 2013). Es importante destacar que las empresas en Ecuador se consideran emprendimientos y, por lo tanto, deben tener un buen rendimiento financiero para competir con empresas internacionales establecidas en el país (Bermeo & Mera, 2017).

En el pasado, los cargos directivos en las empresas estaban en su mayoría ocupados por hombres y los rasgos del líder estaban enfocados en características masculinas (Schein, 1988). Sin embargo, poco a poco se ha derribado el estereotipo de la diferenciación entre las capacidades de liderazgo de hombres y mujeres (Arteaga & Ramón, 2009). En la actualidad, se ha reducido la discriminación de género en estos roles, aunque aún existen estereotipos en la sociedad. Es importante destacar que el género no debe ser un requisito para ser líder, en la actualidad, el rendimiento y la formación son los factores determinantes para ocupar un cargo de liderazgo (ONU MUJERES, 2022).

El rendimiento financiero debe ser evaluado considerando diversos aspectos, como el enfoque determinista que muestra las variaciones en el crecimiento empresarial (García Manjón & Romero Merino, 2010). El liderazgo también tiene una relación directa con el rendimiento financiero de la organización, sin un buen liderazgo, no se puede esperar un buen rendimiento financiero (Gonzales, Paredes, Núñez, Paredes, & Paredes, 2016). En el pasado, las mujeres tuvieron que adoptar actitudes masculinas para ser líderes, debido a los rasgos que se consideraban menos adecuados para la mujer en los roles empresariales y políticos. Sin embargo, en la actualidad, ya no hay dificultades de género, las mujeres han ocupado cargos

importantes y han tenido éxito en su desempeño. Ser líder no depende del género, sino del desempeño y la formación (Saravia Matus, 2005).

Lapo & Jácome (2015) han identificado cinco fases de liderazgo en la historia, tales como el liderazgo de conquista, liderazgo comercial, liderazgo de organización, liderazgo de innovación y liderazgo de información. En la actualidad, nos encontramos en la "nueva era" del liderazgo, los líderes deben tener conocimiento de la nueva tecnología y tener habilidades de dirección y motivación. Según Pfeffer (1998), el éxito de una organización no depende solo de una buena estrategia, sino también de las características y habilidades de sus directivos y empleados. El liderazgo adecuado es crucial para el éxito de una empresa y se requiere un perfil que pueda lograr los resultados deseados.

El problema relacionado con la rentabilidad financiera se debe a factores tanto internos como externos en el funcionamiento empresarial. En cuanto a los factores externos, hay influencias políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ambientales. En cuanto a los factores internos, existen variables como la estructura de propiedad, el tamaño de la empresa, la estructura financiera y las estrategias de gestión (Castillo Valero & García Cortijo, 2013). Sin embargo, la gestión gerencial es crucial y se debe prestar más atención a las características del líder organizacional. Muchas empresas tienen la idea equivocada de que el perfil del líder está estereotipado por género, lo que puede sesgar la elección del líder adecuado para la empresa (Rodríguez, Rebollo, & Jiménez, 2016).

Si la dirección de la organización no se informa sobre la variable liderazgo, seguirá perpetuando los estereotipos establecidos por la sociedad. El liderazgo se define como influir en cómo las personas actúan. El perfil de un buen líder no debe estar definido por el género, esto no importa para ser lo que la organización necesita (Yukl, 2008). El objetivo de este artículo es investigar cómo el liderazgo de género incide en la rentabilidad de las empresas que son parte del sector comercio en Ecuador. Se recolectará información financiera de diferentes empresas con el fin de cuantificar el impacto que tiene el perfil del líder empresarial en este país.

La investigación propuesta tiene una gran importancia tanto en el ámbito académico como en el empresarial debido a su naturaleza. A nivel académico, es beneficiosa, contribuye a ampliar el conocimiento teórico sobre las perspectivas de género. A nivel empresarial, es conveniente mejorar los procesos de reclutamiento y evitar el sesgo de género en los roles de liderazgo. Esta

investigación también respalda lo mencionado por Schein (1988) en relación a la cultura organizacional. La presencia de liderazgo femenino puede influir en ciertas características, al igual que el liderazgo masculino. Los resultados de esta investigación respaldarán este enfoque teórico.

Liderazgo de género del sector comercio

El liderazgo de género en las empresas es una iniciativa que busca equilibrar la representación de hombres y mujeres en puestos directivos y de liderazgo. Este enfoque reconoce que ambos géneros aportan perspectivas y habilidades únicas que son valiosas para el éxito de una organización (Berbel Sánchez, 2014). Al fomentar la igualdad de oportunidades y promover la diversidad de género en el liderazgo, se crea un entorno laboral más inclusivo y se maximizan las habilidades y talentos de todos los empleados. Además, el liderazgo de género en las empresas también contribuye a erradicar los estereotipos de género en el lugar de trabajo y a romper barreras que impiden el crecimiento profesional de las mujeres (Barberá, 2004).

Una organización que promueve el liderazgo de género también se beneficia al lograr una mayor representación de la clientela y una mejor comprensión de sus necesidades y deseos (Moncayo & Zuluaga, 2015). Al contar con líderes femeninas en puestos de alto nivel, las empresas pueden ponerse en el lugar de sus clientes y ofrecer productos y servicios más adaptados a sus demandas (Guerrero, 2000). Además, el liderazgo de género en las empresas también puede mejorar la reputación de la organización, mostrando su compromiso con la igualdad y la diversidad. Esto puede atraer talento diverso y diversificar la base de recursos humanos de la empresa. En resumen, el liderazgo de género en las empresas es esencial para promover la igualdad y construir una organización más innovadora y exitosa (Cuadrado, Navas, & Molero, 2004).

Rentabilidad de empresas del sector comercio

En la literatura, se ha empleado la rentabilidad económica como una variable que se analiza para evaluar el rendimiento de una empresa. La rentabilidad económica se define como el cociente entre el beneficio neto después de impuestos y el total de activos (Santiesteban, Frías, & Cardeñosa, 2020). En Ecuador, el sector del comercio ha experimentado un crecimiento significativo en los

últimos años, lo que ha llevado a un aumento en la rentabilidad de las empresas. Esto se debe en gran parte al incremento de la demanda interna y externa, así como a los avances tecnológicos que han permitido mejorar la eficiencia en los procesos de venta y distribución (INEC, 2023).

A partir de la revisión literaria, se puede concluir que el liderazgo de género en las empresas del sector comercio se puede explicar mediante la variable rentabilidad de la empresa. En base a lo expuesto, se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis nula (H0): No existe una asociación entre la rentabilidad de las empresas y el género de liderazgo.

Hipótesis alternativa (H1): Existe una asociación entre la rentabilidad de las empresas y el género de liderazgo.

Metodología

Para esta investigación de tipo correccional, se basó en un estudio analítico descriptivo, en donde se utilizaron técnicas estadísticas para medir el perfil de liderazgo a través del desempeño financiero en el que incurren hombres y mujeres en el año 2022. Técnicas como el uso de tablas de contingencia, tablas de frecuencia, análisis vertical y horizontal, y, por último, para evaluar la respuesta de la hipótesis, se tomó en consideración la prueba de chi-cuadrado, con la ayuda del programa estadístico IBM SPSS Statistics.

Respecto a la construcción de las tablas, para este estudio se tomó una muestra de 55 empresas de forma aleatoria con datos que se encontraron en fuentes como la superintendencia de compañías y seguros (SUPERCIAS) que proporcionó la rentabilidad de las empresas en el último año (2022), y de forma conjunta la ayuda de información como base de datos secundaria, que pudo otorgar la página del Servicio de Rentas Internas (SRI en línea) donde se encontró el género de los CEO de cada empresa. Las tablas se componen de tres criterios de evaluación como lo son:

“H” y “M” indican el género de los líderes de las organizaciones; <1 millón y >1 millón manifiestan la rentabilidad de las empresas; y <=10, <=50, <=250 y >250 son criterios que se asocian a la cantidad de empleados de las empresas.

Resultados y Discusión

Tabla 1. Análisis vertical de rentabilidad según género de líder

→

			RENTABILIDAD		Total	
			<1 millon	>1 millon		
SEXO	H	Recuento	3	31	34	
		% del total	5,5%	56,4%	61,8%	
	M	Recuento	17	4	21	
		% del total	30,9%	7,3%	38,2%	
	Total		Recuento	20	35	55
			% del total	36,4%	63,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia datos extraídos de la Superintendencia de Compañías y Seguros (2023)

De acuerdo con la interpretación de la Tabla 1 de contingencia sexo-rentabilidad que se encuentra en la parte superior se toma la muestra de 55 empresas donde la variable sexo abarca el género masculino y femenino y la rentabilidad se encuentra medida bajo dos parámetros “<1 millón” que refleja las cantidades en dólares menores a un millón y “>1 millón” la cuál son cantidades mayores a un millón, tal como se puede apreciar se determina lo siguiente:

- Del total de la muestra de empresas, el 5,5% demuestra que tiene líderes masculinos y su rentabilidad es menor a un millón de dólares.
- Del total de la muestra de empresas, el 30,9% demuestra que tiene líderes femeninos y su rentabilidad es menor a un millón de dólares.
- Del total de la muestra de empresas, el 56,4% demuestra que tiene líderes masculinos y su rentabilidad es mayor a un millón de dólares.
- Del total de la muestra de empresas, el 7,3% demuestra que tiene líderes femeninos y su rentabilidad es mayor a un millón de dólares.
- En donde los hombres reflejan una participación del 61,8% en las empresas del sector comercial incluyendo rentabilidades menores ó mayores a un millón de dólares, mientras que las mujeres un 38,2%.

Tabla 2. Análisis vertical de cantidad de empleados según género de líder

Tabla de contingencia SEXO * NUM.EMPLEADOS

			NUM.EMPLEADOS				Total
			<= 10	<= 250	<= 50	> 250	
SEXO	H	Recuento	2	14	4	14	34
		% del total	3,6%	25,5%	7,3%	25,5%	61,8%
	M	Recuento	11	6	3	1	21
		% del total	20,0%	10,9%	5,5%	1,8%	38,2%
Total	Recuento	13	20	7	15	55	
	% del total	23,6%	36,4%	12,7%	27,3%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia datos extraídos de la superintendencia de compañías y seguros (2023)

De acuerdo con la interpretación de la Tabla 2 de contingencia sexo-número de empleados que se encuentra en la parte superior se toma la muestra de 55 empresas donde la variable sexo abarca el género masculino y femenino y la variable número de empleados se encuentra medida bajo tres parámetros, “<=10” el cual manifiesta que una empresa cuenta hasta con 10 empleados y hace referencia a la microempresa, “<=50” la empresa cuenta hasta con 50 empleados y se asocia a una empresa pequeña, “<=250” tiene hasta 250 empleados y suelen ser las medianas empresas y por último “>250” cuentas con más de 250 empleados y hace mención a las grandes empresas.

Según lo anterior de determina la siguiente información:

- El 3,6% del total de las empresas las lideran personas del sexo masculino y cuentan con una cantidad de empleados menor o igual a 10.
- El 20% del total de las empresas las lideran personas del sexo femenino y cuentan con una cantidad de empleados menor o igual a 10.
- El 25% del total de las empresas las lideran personas del sexo masculino y cuentan con una cantidad de empleados menor o igual a 250.
- El 10,9% del total de las empresas las lideran personas del sexo femenino y cuentan con una cantidad de empleados menor o igual a 250.
- El 7,3% del total de las empresas las lideran personas del sexo masculino y cuentan con una cantidad de empleados menor o igual a 50.
- El 5,5% del total de las empresas las lideran personas del sexo femenino y cuentan con una cantidad de empleados menor o igual a 50.

- El 25,5% del total de las empresas las lideran personas del sexo masculino y cuentan con una cantidad de empleados mayor a 250.
- El 1,8% del total de las empresas las lideran personas del sexo femenino y cuentan con una cantidad de empleados mayor a 250.
- En donde los hombres reflejan una participación del 61,8% en las empresas del sector comercial incluyendo rentabilidades menores ó mayores a un millón de dólares, mientras que las mujeres un 38,2%.

Tabla 3. Análisis Horizontal de cantidad de empleados según género de líder

Tabla de contingencia SEXO * NUM.EMPLEADOS

% dentro de SEXO

		NUM.EMPLEADOS				Total
		<= 10	<= 250	<= 50	> 250	
SEXO	H	5,9%	41,2%	11,8%	41,2%	100,0%
	M	52,4%	28,6%	14,3%	4,8%	100,0%
Total		23,6%	36,4%	12,7%	27,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia datos extraídos de la Superintendencia de compañías y seguros (2023)

La Tabla 3 de contingencia que se encuentra en la parte superior está diseñada en porcentajes de filas, donde manifiesta lo siguiente: Se toma la muestra de 55 empresas donde la variable sexo abarca el género masculino y femenino y la variable número de empleados se encuentra medida bajo tres parámetros, “<=10” el cual manifiesta que una empresa cuenta hasta con 10 empleados y hace referencia a la microempresa, “<=50” la empresa cuenta hasta con 50 empleados y se asocia a una empresa pequeña, “<=250” tiene hasta 250 empleados y suelen ser las medianas empresas y por último “>250” cuentan con más de 250 empleados y hace mención a las grandes empresas.

- El 5,9% de los hombres tienen una cantidad de empleados menor o igual a 10 dentro de sus empresas.
- El 52,4% de las mujeres tienen una cantidad de empleados menor o igual a 10 dentro de sus empresas.

- El 41,2% de los hombres tienen una cantidad de empleados menor o igual a 250 dentro de sus empresas.
- El 28,6% de las mujeres tienen una cantidad de empleados menor o igual a 250 dentro de sus empresas.
- El 11,8% de los hombres tienen una cantidad de empleados menor o igual a 50 dentro de sus empresas.
- El 14,3% de las mujeres tienen una cantidad de empleados menor o igual a 50 dentro de sus empresas.
- El 41,2% de los hombres tienen una cantidad de empleados mayor a 250 dentro de sus empresas.
- El 4,8% de las mujeres tienen una cantidad de empleados mayor a 250 dentro de sus empresas.
- Es visible que el 54,4% de las mujeres lideran empresas que tienen menos o igual a 10 empleados, haciendo referencia a las microempresas, y un 14,3% de las empresas de hasta 50 empleados son empresas pequeñas, porcentajes mayores en comparación con los hombres.
- Por otro lado, los hombres lideran en las empresas medianas con un 28,6% y en las empresas grandes con un 4,8%, porcentajes mayores en comparación a las mujeres.

Tabla 4. Análisis Horizontal de rentabilidad según género de líder

Tabla de contingencia SEXO * RENTABILIDAD

% dentro de SEXO

		RENTABILIDAD		Total
		<1 millón	>1 millón	
SEXO	H	8,8%	91,2%	100,0%
	M	81,0%	19,0%	100,0%
Total		36,4%	63,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia datos extraídos de la Superintendencia de Compañías y Seguros (2023)

La Tabla 4 de contingencia sexo-rentabilidad, diseñada en porcentajes de filas, da sustento a la siguiente interpretación: Se toma la muestra de 55 empresas donde la variable sexo abarca los

géneros masculino y femenino, y la rentabilidad se encuentra medida bajo dos parámetros: “<1 millón”, que refleja las cantidades en dólares menores a un millón, y “>1 millón”, las cuales son cantidades mayores a un millón.

- El 8,8% de los hombres mantiene una rentabilidad menor a un millón de dólares en sus empresas del sector del comercio.
- El 81% de las mujeres mantiene una rentabilidad menor a un millón de dólares en sus empresas del sector del comercio.
- El 91,2% de los hombres mantiene una rentabilidad mayor a un millón de dólares en sus empresas del sector del comercio.
- El 19% de las mujeres mantiene una rentabilidad mayor a un millón de dólares en sus empresas del sector del comercio.
- Se puede determinar en base a lo señalado que las mujeres lideran con mayor incidencia en empresas que tienen una rentabilidad menor a un millón de dólares, mientras que los hombres lideran empresas con rentabilidades mayores al millón de dólares.

Tabla 5. *Participación de género en el liderazgo de empresas del sector comercio.*

SEXO		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	H	34	61,8	61,8	61,8
	M	21	38,2	38,2	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia datos extraídos de la superintendencia de compañías y seguros (2023)

De acuerdo a la información que contiene la tabla de frecuencia número 5 que se encuentra en la parte superior se destaca lo siguiente:

- De las 55 empresas que se tomó como muestra para dar sustento a este artículo con la investigación que demuestre liderazgo que imparten el hombre y la mujer
- 34 de las 55 empresas son lideradas por hombres, constituyendo el 61,8% de incursión.
- 21 de las 55 empresas son lideradas por mujeres, constituyendo el 38,2% de incursión.

- Se destaca que el mayor porcentaje de influencia de forma general lo tienen los hombres con un 68,8% en comparación a las mujeres.
- Sin embargo, la mujer lidera en segmentos específicos dentro de la muestra de las empresas que son parte del sector del comercio, aquello lo respaldan las tablas anteriores.

Tabla 6. Resultado de hipótesis con prueba chi-cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,186 ^a	1	<,001		
Corrección de continuidad ^b	26,153	1	<,001		
Razón de verosimilitud	31,359	1	<,001		
Prueba exacta de Fisher				<,001	<,001
N de casos válidos	55				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 7,64.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Con una muestra de 55 empresas, el chi-cuadrado de Pearson nos dio un nivel de significancia de $< 0,001$; al ser menor que 0,5, se rechaza la hipótesis nula y no se rechaza la hipótesis alternativa, lo que indica que existe asociación entre la rentabilidad de las empresas y el género de liderazgo.

Conclusiones

De acuerdo a la primera tabla, se encontró que del total de las empresas que se tomaron como muestra para el presente análisis se puede decir que las mujeres tienen un perfil de liderazgo de acuerdo a los criterios de evaluación de rentabilidad, en empresas del sector del comercio donde su capacidad de rendimiento es menor a un millón de dólares. Mientras que los hombres lideran empresas con rentabilidades mayores al millón de dólares.

La segunda tabla demuestra, de acuerdo con los criterios de evaluación de “cantidad de empleados”, que, desde la perspectiva del perfil de liderazgo, las mujeres lideran empresas con una cantidad de empleados menor o igual a 10, a diferencia de los hombres, cuya incursión es mayor en empresas medianas y grandes, donde la cantidad de empleados es menor o igual a 250 y mayor a 250.

El 52,4% del total de la participación de las mujeres dentro de la muestra que se escogió para el análisis demuestra mayor incidencia dentro de las empresas que son parte del sector comercial, las cuales tienen capacidad de hasta 10 empleados, ubicándose como un porcentaje mayor de incidencia en comparación con los hombres.

El 82,4% del total de los hombres demostró tener una incidencia de liderazgo en empresas del sector comercial donde su cantidad de empleados es mayor a 250 y se asocia a tener el control en empresas medianas y grandes, porcentaje que es mayor en comparación con las mujeres.

Se puede determinar con base en lo señalado que las mujeres lideran con mayor incidencia en empresas que tienen una rentabilidad menor a un millón de dólares, mientras que los hombres lideran empresas con rentabilidades mayores al millón de dólares.

De las 55 empresas que se tomaron como muestra para dar sustento a este artículo, con la investigación que demuestra el liderazgo que imparten el hombre y la mujer, 34 de las 55 empresas son lideradas por hombres, constituyendo el 61,8% de incursión; 21 de las 55 empresas son lideradas por mujeres, constituyendo el 38,2% de incursión. Se destaca que el mayor porcentaje de influencia de forma general lo tienen los hombres con un 68,8% en comparación a las mujeres.

Sin embargo, para determinar el perfil de liderazgo entre hombres y mujeres, no se tiene que ser estricto al determinar un género en superioridad, al contrario, ser flexible en determinar que cada perfil tiene liderazgo en un segmento en específico dentro de este análisis, donde la mujer lidera en empresas micro y pequeñas con rentabilidades menores a un millón de dólares y capacidad en número de empleados de hasta 10 o menores de 50. Mientras que los hombres lideran en segmentos de empresas medianas y grandes.

Referencias

- Ahumada, L. (2012). Liderazgo en organizaciones educativas. *Persona*, 239-252.
- Allaire, Y., & Firsirotu, M. (1992). Teorías sobre la cultura organizacional. *Cultura organizacional. Aspectos teóricos, prácticos y metodológicos*, 26-57.
- Arteaga, A., & Ramón, S. (2009). Liderazgo Resonante según género. *Multiciencias*, vol. 9, núm. 3, 289-295.
- Barberá, E. (2004). Liderazgo y discriminación de género. *Revista de psicología general y aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 147-160.
- Berbel Sánchez, S. (2014). Análisis de las divergencias conceptuales y sus efectos en la teoría y práctica feministas. *Quaderns de psicologia. International journal of psychology*, 73-84.
- Bermeo, C., & Mera, P. (2017). Importancia de las empresas familiares en la economía de un país. *Revista publicando*, 4(12 (2)), 506-531.
- Blanchard, K. (2007). Liderazgo al más alto nivel: cómo crear y dirigir organizaciones de alto desempeño. Editorial Norma.
- Carnicer, L., Martínez, A., Pérez, M., & Vela, M. (2007). La diversidad de género en la alta dirección de las mayores empresas españolas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 33-53.
- Castillo Valero, J. S., & García Cortijo, M. D. (2013). Análisis de los factores explicativos de la rentabilidad de las empresas vinícolas de Castilla-La Mancha. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Cuyo*, 141-154.
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., & Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y el desempeño financiero. *Ingeniería industrial : actualidad y nuevas tendencias*.
- Cuadrado, I., Molero, F., & Navas, M. (2003). El liderazgo de hombres y mujeres: diferencias en estilos de liderazgo, relaciones entre estilos y predictores de variables de resultado organizacional. *ACCIÓN PSICOLÓGICA*, vol. 2, n.º 2, 115-129.

- Cuadrado, M. I., Navas, M. S., & Molero, F. (2004). El acceso de las mujeres a puestos directivos: Revista de psicología general y aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología, 181-192.
- Culligan, M. (1988). Principios olvidados de gerencia excelente. Bogotá, Colombia: Legis.
- García Manjón, J. V., & Romero Merino, E. (2010). Efectos de la inversión en I+D sobre el crecimiento empresarial. Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad.
- Gonzales, J., Paredes, M., Núñez, R., Paredes, V., & Paredes, I. (2016). Toma de decisiones y estilo de liderazgo: estudio en medianas empresas. Compendium: revista de investigación científica, (36), 35-59.
- Guerrero, P. (2000). Liderazgo y género: Reflexiones para lograr un liderazgo efectivo. Obtenido de biblioteca.org.ar: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/ge-lider.pdf>.
- INEC. (2023). Estadísticas laborales y empresariales. Obtenido de ecuadorencifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/sistema-estadisticas-laborales-empresariales/>
- Jorero, J. A., Bohórquez, L. E., & Lozano, A. (2008). Impacto de la calidad en la rentabilidad. Ingeniería, vol. 13, núm. 1, 42-50.
- Lapo, M., & Jácome, M. (2015). El liderazgo y su evolución histórica. Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG Edición No. 36, 11-16. Obtenido de Dialnet-ElLiderazgoYSuEvolucionHistorica: [https://www.bing.com/search?pglt=41&q=Culligan+\(1988\)+ha+identificado+cinco+fases+de+liderazgo+en+la+historia%2C+tales+como+el+liderazgo+de+conquista%2C+liderazgo+comercial%2C+liderazgo+de+organizaci%C3%B3n%2C+liderazgo+de+innovaci%C3%B3n+y+liderazgo+de+i](https://www.bing.com/search?pglt=41&q=Culligan+(1988)+ha+identificado+cinco+fases+de+liderazgo+en+la+historia%2C+tales+como+el+liderazgo+de+conquista%2C+liderazgo+comercial%2C+liderazgo+de+organizaci%C3%B3n%2C+liderazgo+de+innovaci%C3%B3n+y+liderazgo+de+i)
- Moncayo, B., & Zuluaga, D. (2015). Liderazgo y género: barreras de mujeres directivas en la academia. Pensam. gest. no.39, 142-177.
- Morales González, M. O. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según género. Boletín económico de ICE.

- ONU MUJERES. (2022). Mujeres en la política. La igualdad de género y la no discriminación benefician a toda la sociedad. Obtenido de /lac.unwomen.org: <https://lac.unwomen.org/es/digital-library/publications/2022/02/mujeres-en-la-politica-una-guia-practica-para-promover-la-igualdad-de-genero-y-la-no-discriminacion>
- Pfeffer, J. (1998). *The Human Equation: Building Profits by Putting People First*. Stanford: Harvard Business Review Press.
- Rodríguez, R., Rebollo, M., & Jiménez, R. (2016). Gestión y liderazgo empresarial con perspectiva de género : voces y experiencias. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 329-350.
- Sandrea, M., Bóscan, M., Romero, J., & Acosta, A. (2006). Factores técnico-operativos y políticos determinantes de las decisiones de inversión privada en el sector de confección zuliano. *Revista Venezolana de Gerencia* v.11 n.35.
- Santiesteban, E., Frías, V., & Cardeñoso, E. (2020). Análisis de la Rentabilidad Económica. Tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial. Cuba: Editorial Universitaria (Cuba).
- Saravia Matus, S. (2005). Género y Liderazgo: Perspectiva Histórica. Managua: En S. L. Matus, Reflexión, Antología de Ensayos.
- Schein, E. (1988). . *La cultura empresarial y el liderazgo.género* Barcelona: Plaza & Janés: Plaza & Janes Editores S.A.
- SUPERCIAS. (2013). Indicador sector empresa. Obtenido de Superintendencia de compañías: <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/index.htm>
- Yukl, G. (2008). *Liderazgo en las organizaciones*. España: Pearson Educación.