



Title: La orientación emprendedora femenina en la industria textil y de la confección, en Moroleón, Guanajuato, México

Authors: CÁRCAMO-SOLIS, María de Lourdes, DÍAZ-ZAMUDIO, Mayra, Joceline y ARROYO-LÓPEZ, María del Pilar

Editorial label ECORFAN: 607-8695
BCIERMMI Control Number: 2020-04
BCIERMMI Classification (2020): 211020-0004

Pages: 12
RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.
143 – 50 Itzopan Street
La Florida, Ecatepec Municipality
Mexico State, 55120 Zipcode
Phone: +52 1 55 6159 2296
Skype: ecorfan-mexico.s.c.
E-mail: contacto@ecorfan.org
Facebook: ECORFAN-México S. C.
Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings		
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

Introducción

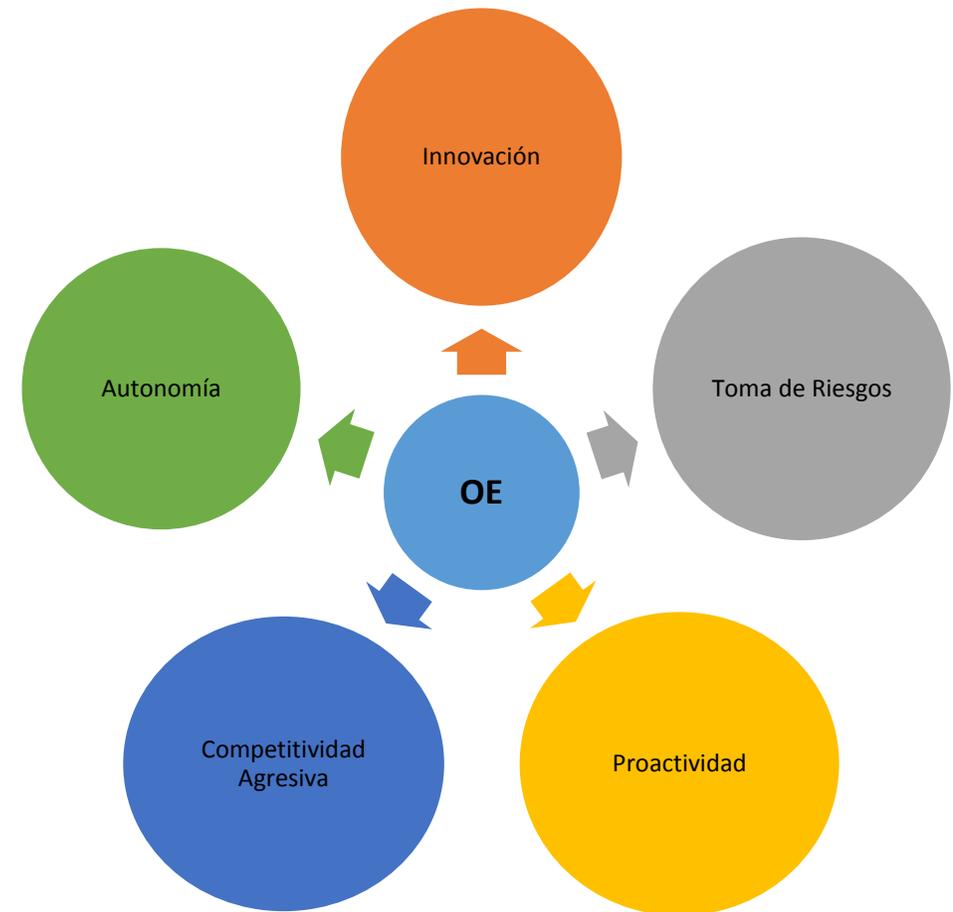
La participación de la mujer en la gerencia y con una postura de Orientación Emprendedora (OE) en las 44 pequeñas y medianas empresas (PYMES) ha sido un tema poco explorado y se le ha conferido poca 45 importancia (Afandi & Kermani, 2014; Fuentes, Bojica & Arroyo, 2010). Pues bien, si se analiza la 46 literatura se podrán encontrar escasos estudios que aborden a la OE desde un enfoque de género. Dicha 47 relación entre OE y la mujer gerente es importante, debido a que permite reconocer y definir cómo las 48 mujeres gerentes manifiestan la caracterización de OE y crear riqueza al desarrollar las PYMES del 49 sector textil y de la confección (STC) en el Sur del estado de Guanajuato.

Las mujeres en la industria textil

- ❖ Históricamente el sector económico que detonó el capitalismo en México en el siglo XIX fue el textil y de la confección, caracterizado por los inversionistas Don Antuñano, Don Cayetano Rubio y Francisco Antonio Garay (Arroyo y Cárcamo, 2010).
- ❖ Las fábricas de textiles en México en el siglo XIX y XX, contaban con una fuerza laboral de mujeres muy grande, las cuales desarrollaban actividades en producción y manufactura como obreras; principalmente en la manipulación de la maquinaria (Arango, 1994).

La Orientación Emprendedora

- ❖ Es una orientación estratégica que ha estado estrechamente vinculada con el éxito empresarial a través de la toma de decisiones estratégicas, la cual debe de ser implementada y conocida por todos los niveles jerárquicos de la organización.
- ❖ es definida como una estrategia con procesos interrelacionados que permiten la explotación de las oportunidades, la adaptación constante de la empresa a los cambios del entorno, la renovación estratégica, la reestructuración organizacional y los ajustes a recursos y capacidades específicas (Burgelman, 1983; Álvarez y Urbano, 2011; Busenitz, 2003; Galán y Sánchez, 2009).



Hipótesis

H₁: El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE en la industria textil de la región sur del estado de Guanajuato se manifiesta positiva y significativamente en la innovación.

H₂: El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE en la industria textil de la región sur del estado de Guanajuato se manifiesta positiva y significativamente en la toma de riesgos.

H₃: El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE en la industria textil de la región sur del estado de Guanajuato se manifiesta positiva y significativamente en la proactividad.

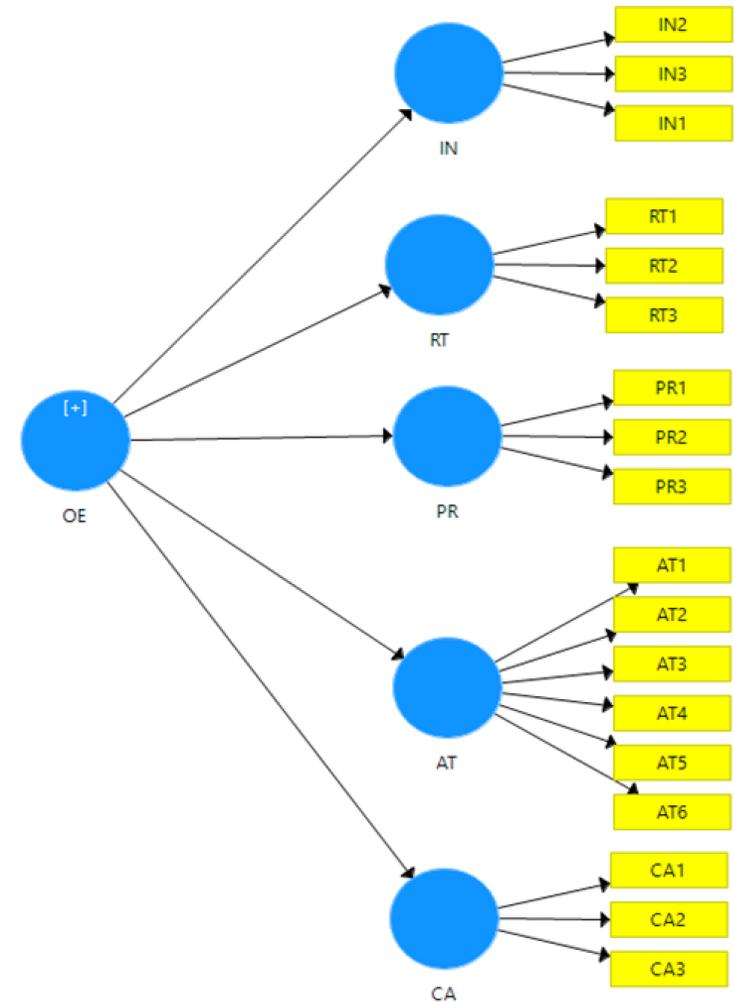
H₄: El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE en la industria textil de la región sur del estado de Guanajuato se manifiesta positiva y significativamente en la autonomía.

H₅: El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE en la industria textil de la región sur del estado de Guanajuato se manifiesta positiva y significativamente en la competitividad agresiva.

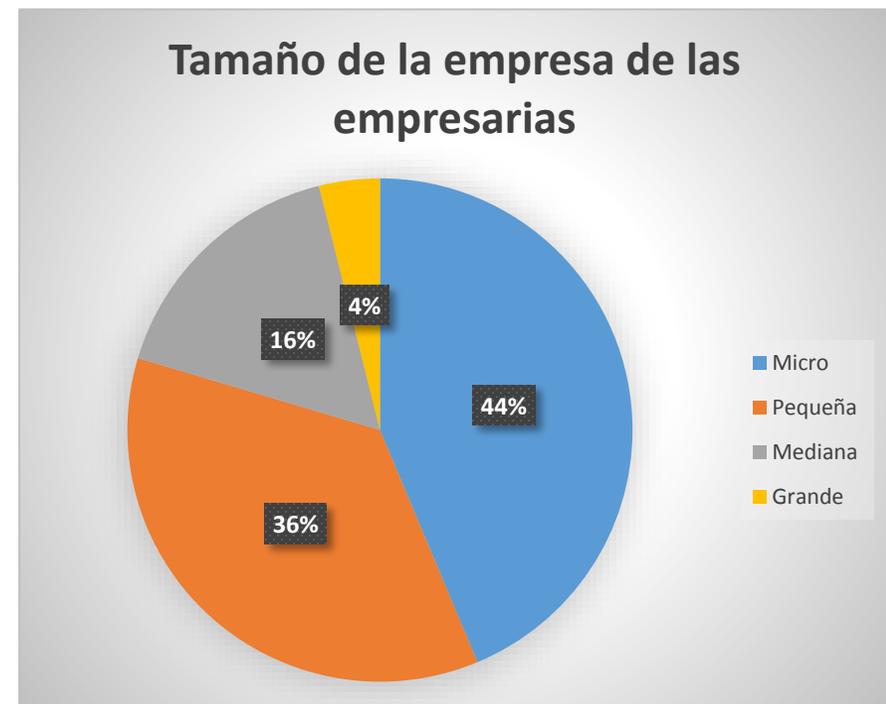
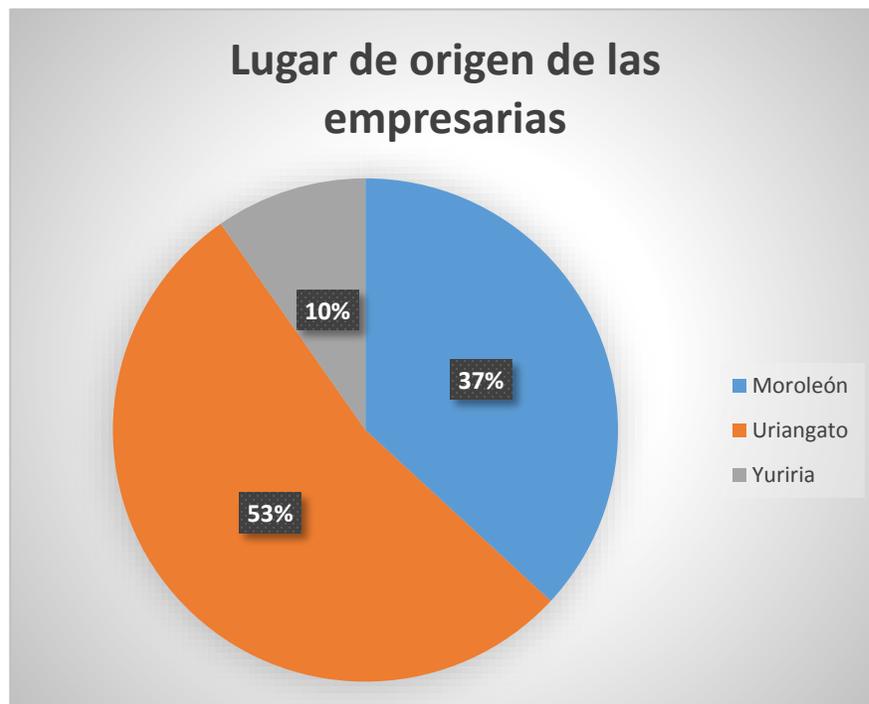
Metodología

La metodología de investigación se basó en un estudio de naturaleza cuantitativa exploratoria (Sampieri, *et al* 2010), usando el método de Ecuaciones Estructurales (por sus siglas en inglés SEM), SEMPLS (Vargas, D. 2019) para encontrar relaciones significativas y positivas entre la OE y las cinco dimensiones e implementando un modelo binario natural para una mejor interpretación (Perez, 2010). Se trabajó bajo mínimos cuadrados ordinarios (MCO), ya que se emplea la técnica de máxima verosimilitud para estimar los coeficientes β .

Se utilizó el software Smart PLS que trabaja con modelos SEM pequeños para desarrollar nuestro modelo. Al mismo tiempo se usó el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para desarrollar un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC).



Para ello, se aplicó una encuesta validada con 18 preguntas (Álvarez, Lopez & Schiuma, 2019) correspondientes a las cinco dimensiones de la OE; innovación (IN), toma de riesgos (RT), proactividad (PR), autonomía (AT) y competitividad agresiva (CA) a 103 mujeres gerentes y/o directivas. De estas mujeres 51 son dueñas de un negocio textil y 52 ocupan un puesto gerencial en una empresa del mismo sector.



Resultados

El primer paso del análisis de datos fue determinar el grado de confiabilidad general de las variables 522 usadas para medir la OE, siendo un Alfa de Cronbach de 0.731, indica que el constructo tiene una 523 confiabilidad alta, por lo que nuestro constructo es fiable y tiene consistencia interna. 524 Como consecuencia de lo anterior, se procedió a la obtención de dos criterios más, que, de igual 525 manera, contribuyen a verificar que el modelo propuesto tenga fiabilidad. Se calculó el Análisis de la 526 Varianza Explicada (AVE), esta debe ser mayor a 0.70 para poder aceptar el modelo, por lo que cuenta 527 con fiabilidad pertinente. Así mismo las variables latentes que componen la OE, también guardan una 528 alta fiabilidad, al ser mayores a 0.7, generando un modelo robusto y más flexible a los métodos 529 tradicionales, dándole un mayor nivel de confianza a la investigación.

Criterio	AVE
Autonomía	0.806
Competitividad Agresiva	0.759
Innovación	0.777
Proactividad	0.799
Toma de Riesgos	0.748

Asimismo, se obtuvo el Criterio de Fornell Larcker, el cual se obtuvo con un valor mayor a 0.7 para 534 que sea significativo y el modelo tenga fiabilidad. Y al momento de la aplicación para cada una de las 535 variables se obtuvieron puntuaciones con valores aceptables

Criterio de Fornell Larcker					
	Autonomía	Competitividad Agresiva	Innovación	Proactividad	Toma de Riesgos
Autonomía	0.822				
Competitividad Agresiva	0.278	0.786			
Innovación	0.14	0.293	0.734		
Proactividad	0.263	0.523	0.315	0.816	
Toma de Riesgos	0.023	0.502	0.415	0.437	0.774

los resultados del modelo SEM PLS, aprobando todas las hipótesis, se 540 utilizaron los coeficientes la T de Student y los coeficientes β . Es por ello, que en todas nuestras 541 variables latentes obtuvieron valor de $p < 0.001$ lo que quiere decir que H1, H2, H3, H4 y H5 son 542 aceptadas.

Hipótesis	Coefficientes β	T	p	Criterio
H ₁ : El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE, se manifiesta positiva y significativamente en la innovación.	0.673	6.527	0.000	Aceptada
H ₂ : El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE, se manifiesta positiva y significativamente en la toma de riesgos.	0.731	9.992	0.000	Aceptada
H ₃ : El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE, se manifiesta positiva y significativamente en la proactividad.	0.770	15.355	0.000	Aceptada
H ₄ : El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE, se manifiesta positiva y significativamente en la autonomía.	0.40	2.689	0.007	Aceptada
H ₅ : El rol de la mujer en la gerencia y/o dirección con OE, se manifiesta positiva y significativamente en la competitividad agresiva.	0.775	18.585	0.000	Aceptada

Anexos

Instrumento Validado		
Dimensión	Ítem	Indicador (español)
Innovación (Innovativeness)	IN1	En la empresa, introducimos activamente mejoras e innovaciones.
	IN2	Nuestra empresa es creativa en sus métodos de operación.
	IN3	Nuestra empresa está en constante búsqueda acerca de nuevas formas de hacer el trabajo.
Toma de Riesgos (Risk Taking)	RT1	El concepto de "tomador de riesgos" es considerado un atributo positivo para gente en nuestra empresa.
	RT2	La gente en nuestra empresa está motivada a tomar riesgos calculados con ideas nuevas.
	RT3	Nuestra empresa enfatiza tanto la exploración como la experimentación de oportunidades en el mercado.

Proactividad (Proactiveness)	PR1	Siempre intentamos tomar la iniciativa en cada situación (sea con competidores, proyectos con otros socios o proveedores).
	PR2	Sobresalimos entre nuestros competidores por la detección de oportunidades.
	PR3	Iniciamos acciones a las cuales otras organizaciones del ramo responden más tarde.
Autonomía (Autonomy)	AT1	A los trabajadores de la empresa se les tiene permitido actuar sin intervención directa del patrón.
	AT2	A los trabajadores de la empresa se les permite investigar y desarrollar mejoras en la forma en la que ejecutan sus tareas cotidianas.
	AT3	A los trabajadores de la empresa se les es conferida libertad e independencia para decidir por sí mismos acerca de cómo están realizando sus actividades.
	AT4	A los trabajadores de la empresa se les es conferida libertad para comunicarse sin interferencia alguna.
	AT5	A los trabajadores les es conferida autoridad y responsabilidad para actuar por sí mismos, si ellos piensan que están protegiendo los intereses de la empresa.
	AT6	A los trabajadores de la empresa se le otorga acceso a toda la información vital del negocio.
Competitividad Agresiva (Competitive Aggressiveness)	CA1	Nuestra empresa es intensamente competitiva.
	CA2	En general, en nuestra empresa se toma un agresivo acercamiento con los competidores del mercado.

Conclusión

- ❖ Las mujeres en la industria textil han sido una pieza clave y fundamental para el desarrollo de esta. Aunque, en los inicios de este sector el mérito fue meramente masculino, pues si había una participación de la mujer, pero se desempeñaba principalmente como obrera en las áreas de producción y manufactura. En la actualidad, ya hay mujeres en esta industria desempeñándose como gerentes tomando las riendas de sus negocios y el número de estas va en aumento, incursionando en el mundo empresarial mujeres cada vez más jóvenes.
- ❖ Las empresarias han tenido que adaptarse a una forma de liderar y gestionar una empresa de forma meramente masculina, es decir, siguiendo las normas y valores que sus homólogos han impuesto.
- ❖ El rol de la mujer en la gerencia en la industria textil es muy importante y valorado en esta región, ya que las mujeres han generado buenos resultados a las empresas en las que se desarrollan y muestra de ello son la cantidad de estas que están al mando de dichos negocios.
- ❖ El alcance más importante de esta investigación, fue identificar el rol de la mujer empresaria en la 610 región Sur de Guanajuato, con alto nivel de OE, pero con bajos niveles educativos y alta capacitación 611 en la innovación organizacional, que permite manejar con excelente liderazgo, el logro de los objetivos 612 organizacionales, la implementación, el seguimiento y el control de estrategias que aseguren el alto 613 posicionamiento de sus empresas en el STC, logrando ventajas competitivas en el mercado doméstico 614 con respecto a la competencia local.

Referencias

Afandi, E., & Kermani, M. (2014). Bridging the Gender Gap in Entrepreneurship: Evidence from Europe. *Ssrn*, 20(2). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2425843>

Álvarez, C., & Urbano, D. (2011a). Factores del entorno y actividad emprendedora en América Latina. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 48, 31-45.

Álvarez, F. (2018) Tesis Doctoral: Los efectos de la Orientación Emprendedoray las redes de colaboración gerenciales en el rendimiento de la pequeña y mediana empresa (pyme)del sector cuero-calzado del estado de Guanajuato. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Aguascalientes, Aguascalientes.

Álvarez, F., López G. & Álvarez E. (2018) El análisis de la orientación emprendedora por medio de ecuaciones estructurales en la PYME guanajuatense del sector cuero-calzado. *Revista Vincula Tégia EFAN*.

Arango, G. (1994). Industria textil y saberes femeninos. Universidad de los Andes. <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/histcrit9.1994.06>

Brandt, T. Laiho, M. (2013);Gender and personality in transformational leadershipcontext: An examination of leader and subordinate perspectives. Vol 34. 10.1108/01437731311289965

Burgelman, R. A. (1983). Corporate entrepreneurship and strategic management: insights from a process study. *Management Science*, 29(12), 1349-1364.

- Busenitz, L. W., III, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G., & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. *Journal of Management*, 29(3), 285-308.
- Camarena A., Ma. Elena Reseña de "Empresarias y ejecutivas, Mujeres en el poder"
- Dess, J. G. (1998). The meaning of "Social Entrepreneurship". Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership Ewing Marion Kauffman Foundation. <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
- Fuentes, M., Bojica, AM y Ruiz-Arroyo, M. Orientación emprendedora y adquisición de conocimiento: efectos sobre el desempeño en el contexto específico de empresas propiedad de mujeres. *Int. Entrep. Manag J* 11, 695–717 (2015). <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0336-1>
- Galán, J., & Sánchez-Bueno, M. (2009). The continuing validity of the strategy-structure nexus: new findings, 1993–2003. *Strategic Management Journal*, 30 (1), 1234-1243.
- García Vences, Delia Esperanza; Plata García, A. A. (2017). Características de las mujeres emprendedoras. *V Congreso Virtual Internacional Sobre Transformación e Innovación En Las Organizaciones*, (722), 211–220.
- Gaspar, B. & Roura, I. (2018). Especial: Claves para ser mamá emprendedora. *Entrepreneur*. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/313139>
- Kuster, H., Torun, L. & Montgomery, H. (2013) Gender typing in stereotypes and evaluations of actual managers. Vol 28. 10.1108/JMP-01-2013-0012.
- Nagy, B. (2005) Gestión de género en Hungría: percepciones y explicaciones. *Revista revisión de mujeres en la gerencia*, 29(5),
- Pérez, C. 2005. *Métodos estadísticos avanzados con SPSS*. Editorial Thomson. 792 p.
- Razo, A. (2017) Tesis de grado: Exportación como estrategia para impulsar la comercialización de la industria textil de los municipios de Moroleón y Uriangato. Universidad de Guanajuato.
- Sampieri, H. (2010) *Metodología de la investigación* quinta edición. México DF. McGraw Hill Educación.
- Sonfield, M. & Lussier, R. (2012). Family businesses succession planning: a seven country comparison. Vol 19. 10.1108/14626001211196370.
- Vargas, D. (2019). Aspectos metodológicos para la investigación social: modelos de ecuaciones estructurales. Universidad Nacional Autónoma de México.



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIERMMI is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)