



**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

**Percepción de la inteligencia de género en aspectos ligados a la productividad
empresarial**

María Alejandra Heredia Sierra y María Gabriela Londoño Liemann

Administración de Empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA

Bogotá D.C

2022

**Percepción de la inteligencia de género en aspectos ligados a la productividad
empresarial**

María Alejandra Heredia Sierra y María Gabriela Londoño Liemann

Directora:

Adela Margarita Vélez Rolón

Administración de Empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA

Bogotá D.C

2022

Tabla de contenido

<i>Introducción</i>	10
1. Revisión de la literatura	15
1.1 Inteligencia de género:	15
1.2 Productividad empresarial	20
1.3 Estado del arte	25
1.3.1 Habilidades de hombres y mujeres	25
1.3.2 Relevancia del conocimiento para la productividad empresarial	29
1.3.3 Innovación y productividad	30
1.3.4 Percepción de los empleados del clima laboral en relación a la productividad... 31	
2. Metodología	34
2.1 Tipo de investigación	34
2.2 Enfoque de la investigación	34
2.3 Población y muestra	35
2.4 Diseño metodológico	37
3. Resultados obtenidos	39
3.1 Diferencias en la toma de decisiones de mujeres y hombres dentro de las organizaciones.	41
3.2 Diferencias en las habilidades comunicativas de los hombres y mujeres.	48
3.3 Clima laboral en hombres y mujeres en actividades empresariales.	52

Conclusiones y recomendaciones..... 59

Referencias..... 61

Índice de tablas

TABLA 1. DISEÑO METODOLÓGICO-----	37
TABLA 2. VARIABLES-----	38

Tabla de figuras

FIGURA 1. RANGO DE EDAD PERSONAS ENCUESTADAS	40
FIGURA 2. ÁREA DE TRABAJO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	41
FIGURA 3. LOS GÉNEROS CON RELACIÓN A LAS TENDENCIAS DEL MERCADO	42
FIGURA 4. PERCEPCIÓN DE LAS MUJERES EN PROBLEMAS EMPRESARIALES	43
FIGURA 5. PERCEPCIÓN DE LOS HOMBRES EN PROBLEMAS EMPRESARIALES	44
FIGURA 6. CAPACIDAD QUE PRIMA EN LAS MUJERES EN EL TRABAJO	46
FIGURA 7. CAPACIDAD QUE PRIMA EN LOS HOMBRES EN EL TRABAJO.....	46
FIGURA 8. HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LAS MUJERES EN REUNIONES EMPRESARIALES	49
FIGURA 9. HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LOS HOMBRES EN REUNIONES EMPRESARIALES	49
FIGURA 10. PERCEPCIÓN DE SENTIMIENTOS EN REUNIONES EMPRESARIALES	51
FIGURA 11. IDENTIFICACIÓN DE LAS EXPRESIONES FACIALES DE LOS GÉNEROS	51
FIGURA 12. PREFERENCIAS DE LAS MUJERES A LA HORA DE ELEGIR UN TRABAJO	53
FIGURA 13. PREFERENCIAS DE LOS HOMBRES A LA HORA DE ELEGIR UN EN EL TRABAJO	54
FIGURA 14. TEMAS DE INTERÉS EN LAS MUJERES PARA PROYECTOS EMPRESARIALES	55

FIGURA 15. TEMAS DE INTERÉS EN LOS HOMBRES PARA PROYECTOS EMPRESARIALES.....	55
FIGURA 16. MOTIVACIÓN DE LAS MUJERES EN EL TRABAJO.....	57
FIGURA 17. MOTIVACIÓN DE LOS HOMBRES EN EL TRABAJO	57

Tabla de anexos

ANEXO 1. ENCUESTA	69
ANEXO 2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	74

Resumen

La *inteligencia de género* ayuda a comprender diferentes capacidades y habilidades características de cada género para usar las anteriores de forma efectiva en el área laboral.

Es de vital importancia que los empleados de una empresa la estudien y perciban para lograr establecer una relación directa con la *productividad empresarial*. En este artículo podrán evidenciar mediante una revisión de la literatura información relevante que ayuda a entender desde sus antecedentes, importancia y soluciones que se brindan al sector empresarial a problemas relacionados con la misma.

Palabras clave: inteligencia de género, productividad empresarial.

Introducción

La inteligencia de género cada vez toma más fuerza en el sector empresarial, a continuación, se relatará más a fondo su origen, definición y su relación con la productividad empresarial, de cómo funciona y se mide en las organizaciones. De igual manera, se hará un análisis de distintos artículos que abordan los temas mencionados anteriormente, los cuales son soporte para brindar mayor claridad al trabajo. Los artículos se enfocan en términos como inteligencia de género, productividad empresarial y habilidades que por diversas razones caracterizan al hombre o a la mujer que en esta investigación se enfocarán en toma de decisiones, habilidades comunicativas y clima laboral. La investigación toma a mujeres y hombres cisgénero, los cuales su sexo asignado al nacer y género coinciden. Se reconoce la diversidad de comunidades LGTBI y se espera en un futuro lograr realizar la misma investigación enfocada a más personas, para potencializar y entender la relación de sus habilidades con la productividad empresarial. En el transcurso de la investigación, se asumirá “mujeres” como mujeres cisgénero y “hombres” como hombres cisgénero.

Se plantea un problema en el que muchas veces durante la vida profesional se piensa que el hombre y la mujer tienen las mismas capacidades para aportar en el ámbito empresarial, que en todos los aspectos son o pueden ser iguales, pero no hay claridad en que se tiene el mismo derecho a acceder a puestos gerenciales, mismos salarios, oportunidades, etc. Conocer las diferencias en las características propias de cada género y cómo estas se complementan es vital para alcanzar la mayor productividad y crear beneficios tanto para la empresa como para las carreras de los ejecutivos. El hombre y la mujer se comunican, expresan, piensan, sienten, reaccionan, perciben y valoran de manera

diferente y por no entender estas diferencias muchas veces no se construyen relaciones efectivas y/o productivas que maximicen los resultados de una empresa.

Bárbara Annis y John Gray, autores del éxito mundial *Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus* (1992), se han referido en numerosas ocasiones a las diferencias que existen entre hombres y mujeres, centrandó su atención en la manera como estas particularidades resultan fundamentales para que las parejas alcancen la felicidad, la armonía y la realización. En el libro anteriormente mencionado, Gray y Annis, también explican de manera directa y clara cómo las características propias de cada género no sólo se complementan, sino que también contienen la semilla del éxito. Expresan que conocer estas diferencias es clave para obtener la sinergia que beneficie tanto a la empresa como a las carreras de los ejecutivos.

La productividad es un factor clave en todos los negocios, llegar a esta se facilita no teniendo en cuenta el género (hombre y mujer), sino la complementariedad de las competencias y/o habilidades de cada uno.

Es importante dejar claridad en un concepto que es el núcleo de la investigación el cual es la inteligencia de género. Según un artículo de AltoNivel (medio de comunicación mexicano) *Inteligencia de género: una visión más allá de la diferencia de sexos*, (2019), escrito por Ángeles Madrigal, *la inteligencia de género* es una práctica que busca ir más allá de la equidad entre hombres y mujeres; su relevancia va orientada hacia la complementariedad. Consiste en dejar atrás las diferencias entre sexos y empezar a sumar competencias y perspectivas, a fin de fortalecer el IQ colectivo y contribuir al éxito de las organizaciones.

Es decir que se basa en comprender los talentos, características y habilidades que son diferentes entre hombres y mujeres para ver de qué forma apoyan en el área laboral. Al comprender las diferencias se aporta a mejorar la diversidad en la empresa.

Por otro lado, hay que diferenciar dos términos que en la actualidad se confunden causando malentendidos. Hablar de inteligencia de género, no es lo mismo que inclusión de género. Según el artículo mencionado anteriormente de Alto Nivel. Denominado *Inteligencia de género* (2019), se afirma que la inteligencia de género llevada al ámbito laboral, se traduce en incluir y trabajar con el sexo opuesto de manera más efectiva y productiva. Dicho de otro modo, esta práctica busca complementar las habilidades que las mujeres aportan, junto con las de los hombres y así, se busca lograr obtener mejores resultados en cuestiones de resolución de problemas, pensamiento innovador y evaluación de riesgos, entre otros. Por otro lado, Melita Grant afirma que, la inclusión de género implica la igualdad de derechos de todas las personas (2017, pág. 8).

Los hombres y las mujeres son un complemento, se requiere sumar competencias, habilidades y perspectivas para generar mejores resultados laborales, de igual manera un clima laboral bueno donde se obtenga mayor satisfacción personal.

Las empresas que reconocen las distinciones biológicas entre los dos géneros, sin construir sobre ellas estereotipos e integran estrategias laborales que faciliten la ocupación de altos cargos por mujeres, logran favorecer el trabajo colaborativo dentro de la organización, generando mayor bienestar personal en los grupos de trabajo y crecimiento de la empresa (Díaz, s.f, párr. 7).

La productividad es un factor clave en todos los negocios, llegar a esta se facilita no teniendo en cuenta el género (hombre y mujer), sino la complementariedad de las competencias y/o habilidades de cada uno.

Posteriormente a la indagación sobre esta temática, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Los empleados cisgénero de PYMES comerciales reconocen la inteligencia de género en habilidades ligadas con la productividad de su empresa?

Las comunicaciones y acciones que presentan los géneros en la convivencia tienen un trasfondo diferente el cual es importante conocer para poder forjar una relación productiva y efectiva en las empresas. Entender pequeños detalles que se suelen pasar por alto, ayudarían a mejorar la productividad y evitar conflictos o malentendidos laborales. A continuación, se darán algunos ejemplos de acciones o hábitos que son diferentes según el género para entender cómo se puede crear una mentalidad que facilite la convivencia y/o resolución de problemas.

Según el psicólogo John Gray, la mayoría de hombres solo pueden enfocarse en un problema a la vez por la forma en la que el cerebro de ellos está construido. A diferencia de las mujeres que se les facilita hacer más de una cosa a la vez (*multitasking*) (1992). No tener claridad de esto en el mundo empresarial logra que un hombre se frustre en una situación de tensión cuando una mujer se comunica o da opiniones extras. Es decir, una mujer en un cargo directivo puede recibir más información al estar atravesando un problema o al tomar una decisión pero un hombre debe enfocarse únicamente en lo que está sucediendo. Una mujer actúa con más calma al recibir detalles en una situación complicada o de confusión. Un hombre se puede mostrar frustrado o incompetente. Entender esto es tan sencillo y ayuda a solucionar problemas o situaciones eficientemente.

Otro ejemplo que se evidencia en el libro ya mencionado, *Los hombres son de Marte y las mujeres son de Venus* (1992), es que ambos géneros tienen formas de liberar el estrés de maneras muy diferentes. Mientras que los hombres sienten “El alivio en la cueva”,

las mujeres sienten el alivio a través de la conversación. En otras palabras, el hombre libera su estrés alejándose de las personas, estando consigo mismo y distrayéndose mientras que la mujer libera el estrés hablando con amigas, pareja, padres, etc.

La comprensión ampliada de las diferencias ayuda a resolver la mayor parte de la frustración que se experimenta cuando se intenta comprender al sexo opuesto. Con este entendimiento se puede evitar malentendidos y ser más eficiente en diferentes aspectos.

Partiendo de lo anterior se tiene como objetivo general de la investigación:

- Determinar si los empleados cisgénero de PYMES del sector comercial en Bogotá reconocen que existen diferencias entre hombres y mujeres que influyen en el incremento de la productividad empresarial.

Se segmenta el objetivo general a tres temáticas ligadas a la productividad empresarial, las cuales son: toma de decisiones, habilidades comunicativas y clima laboral.

Como base se quiere desarrollar los siguientes objetivos específicos:

- Identificar si los empleados encuentran diferencias en la toma de decisiones de mujeres y hombres dentro de las organizaciones.
- Determinar si los empleados reconocen diferencias en las habilidades comunicativas de hombres y mujeres.
- Evaluar si los empleados perciben que hombres y mujeres actúan diferente en las actividades cotidianas empresariales.

Los empleados cisgénero de empresas comerciales reconocen habilidades ligadas a la inteligencia de género (comunicativas, de toma de decisiones y del clima laboral) que generan mayor productividad empresarial.

1. Revisión de la literatura

1.1 Inteligencia de género:

Al partir de la definición de la Real Academia Española, la inteligencia se define como la capacidad de resolver problemas. (RAE, s.f.)

Así mismo, según la doctora María Antonia Lemos (2015). El concepto de inteligencia está directamente relacionado con nuestra capacidad intelectual, así como nuestras habilidades para el razonamiento verbal, espacial y numérico.

Al partir de la definición de la Real Academia Española, el género es el conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes (RAE, s.f.). De igual modo, según la doctora Marta Lamas (2000). La percepción de género hace referencia al conjunto de prácticas, creencias, representaciones y prescripciones sociales entre los integrantes de un grupo humano en función de una simbolización de la diferencia anatómica entre hombres y mujeres.

Partiendo de estos dos conceptos, se procede a definir el principal concepto “Inteligencia de género”, los hombres y las mujeres no saben que tienen necesidades diferentes, esto lleva a que no sepan como apoyarse mutuamente en algunas situaciones. John Gray explica que los hombres dan en las relaciones lo que ellos quieren, mientras que las mujeres dan lo que ellas quieren, cada uno supone erróneamente que el otro tiene las mismas necesidades y los mismos deseos. Por tanto, ambos quedan insatisfechos y llenos de resentimientos (1992).

El concepto de género lleva a una construcción social y cultural que hace referencia al conjunto de prácticas, símbolos, representaciones, normas, valores, y derechos que las sociedades elaboran a partir de las diferencias sexuales. Se trata de una dimensión

históricamente construida, que asigna roles, espacios, características e identidades diferentes a hombres y mujeres en función de su sexo biológico, de acuerdo con el modelo de relaciones dominante (Serrano, 2007). Se puede ver que existen diferencias sexuales que definen características y formas de actuar en diferentes espacios. Las diferencias traen oportunidades, mayores ideas y una sinergia que ayude a resolver problemas con diferentes puntos de vista.

No entender lo anterior genera que tanto el hombre como la mujer sientan que no son valorados ni reconocidos como ellos quisieran. Este concepto se puede entender de la siguiente forma, con el siguiente ejemplo:

Cuando una mujer se siente perturbada su pareja piensa que muestra afecto y apoyo al hacerle comentarios que minimizan la importancia de sus problemas. El hombre puede decir, por ejemplo: “No te preocupes, no es tan importante”. O bien puede ser ignorada completamente suponiendo que se le está dando mucho “espacio” pero esto que le está dando el hombre en el momento por el cual pasa la mujer solo la hace sentir poco amada e ignorada, (Annis y Gray, 1992, p. 158).

El ejemplo anterior muestra que los hombres y las mujeres no logran resolver las situaciones de la misma forma y por esto actúan frente al otro de la forma en la cual les gustaría que actuaran con ellos mismos, pero este no es el camino. La idea de imaginar lo que el género opuesto necesita y como se aporta para sumar competencias y perspectivas se resume en el término “Inteligencia de género”.

Según los autores John Gray y Bárbara Annis (1992) la “Inteligencia de género” es una práctica que busca ir más allá de la equidad entre hombres y mujeres; su relevancia va orientada hacia la complementariedad. Enfocándose en un ámbito empresarial este término

no se tomaría inicialmente como una responsabilidad corporativa sino como un beneficio para la cultura empresarial al darle herramientas estratégicas, innovación y generación de ingresos a la empresa. Invertir en capital humano siempre es fundamental para transformar el entorno empresarial y fomentar el desarrollo de cada individuo. Al impulsar esta en diferentes organizaciones se pueden analizar cambios en la cultura, evolución de habilidades y capacidades cognitivas, resolución de conflictos, diversidad, ambiente laboral, etc.

Importancia de la Inteligencia de género a nivel empresarial

Hoy en día la importancia que tiene un negocio equilibrado no es subestimable, y la inteligencia de género tiene que empezar a jugar un papel muy importante para ser parte esencial de la cultura empresarial para contribuir al equilibrio y la productividad de esta.

Cuando se quiere hacer un negocio con un país que tiene otra cultura el empresario se toma el tiempo de leer- aprender cuales son aquellas características que pueden causar malentendidos entre las partes y este estudia cómo actuar, comunicarse y llegar a acuerdos con mayor facilidad porque entiende que existen diferencias que pueden acabar con oportunidades o negociaciones empresariales. Tener la habilidad de entender diferencias, facilita llegar a objetivos y crear oportunidades.

Con lo anterior el lector puede establecer una similitud entre la importancia de conocer la cultura para generar una oportunidad internacional, con el conocimiento de las diferencias entre las formas de pensar y actuar entre hombres y mujeres para desarrollar un ambiente laboral más productivo.

El uso de la inteligencia de género junto con la inteligencia emocional puede crear para un negocio una base poderosa de diversidad, inclusión y colaboración innata al derribar las barreras entre sexos para permitir relaciones comerciales más sólidas (Shannon,

2018). La integración del concepto mencionado ayuda a mejorar indicadores que potencializan la actividad empresarial al fortalecer las relaciones entre géneros a través del entendimiento de las diferencias. Una vez el hombre y la mujer respetan y aceptan las diferencias se fortalecen relaciones y se hacen más eficientes y duraderas en todos los ámbitos (Gray, 1992).

Disparidades en el desarrollo de los géneros

Partiendo de los planteamientos de Susan S. Case y Ángela J. Oetama (2014) se explica cómo el cerebro femenino y masculino trabajan diferente. La forma en que hombres y mujeres hablan en las interacciones está mediada por diferencias en la estructura, función y química de su cerebro. Esta información está basada en un modelo biopsicosocial que explica los efectos simultáneos que la biología, la psicología y la socialización tienen entre sí para comprender la persistencia del estilo del discurso de género para darse cuenta de las diferencias en la forma de actuar y comunicarse para al final tener claro del valor de las diferencias al interactuar en el lugar de trabajo sin importar el rol. Por tanto, para entender y mejorar las relaciones entre géneros hay que indagar desde raíces que explican las disparidades.

Por otro lado, las diferencias se pueden ver enfocadas en las habilidades y/o características que se desarrollan en el tiempo, se desarrolla un trabajo basado en el Modelo de Habilidad de Mayer y Salovey donde se analiza el origen de competencias emocionales, género, socialización, inteligencia emocional desde una temprana edad para ver cómo y por qué se desarrollan. Por medio de pruebas de habilidad, las mujeres se muestran más diestras a la hora de dirigir y manejar tanto las emociones propias como las de los demás. En ocasiones, incluso ocurre lo contrario, las mujeres muestran superioridad en atención emocional y empatía, mientras los hombres lo hacen en regulación emocional.

Tener conocimiento del origen y el porqué de estas diferencias ayuda a medir y saber manejar mejor una situación según género (Núñez, et Al., 2008).

Por consiguiente, la estructura del cerebro y el cómo y por qué se desarrollan competencias según género explican que si existen diferencias en diversos aspectos que necesitan darse a conocer y en algunas ocasiones reformar normas formuladas desde la concepción de la igualdad en habilidades y características de género para tener como resultado una ventaja competitiva.

De igual manera, Gartzia, et. Al (2012) presentan la idea basada en su estudio de Inteligencia emocional y género, donde es correcto afirmar que las habilidades de cada género están ligadas a demás de su diferencia sexual a su inteligencia emocional. La sensibilidad, sociabilidad y atención a las necesidades de los demás hacen parte de las competencias de la inteligencia antes mencionada, donde logran ratificar que la mujer es superior en estos aspectos de acuerdo con el análisis realizado acerca de su expresividad y manejo de sus emociones.

Asimismo, se presenta la diferencia de habilidades de genero no solo a nivel gerencial, sino también en el ámbito estudiantil, como lo explican Echavarría et. Al (2007), en el estudio realizado acerca del rendimiento académico de los estudiantes universitarios y como este variaba de acuerdo con el género establecido. En efecto, se encontró que efectivamente existen diferencias significativas entre los géneros, concluyendo así que el género masculino tenía mejores aptitudes en el razonamiento verbal como en el abstracto y también en cálculo, en cambio las mujeres obtuvieron mejores resultados en ortografía y lenguaje.

Adicionalmente, es necesario resaltar uno de los procesos de vida que más impactan en el desarrollo de género el cual hace referencia a la época escolar, en donde la interacción

y la convivencia con el otro se convierten en parte fundamental del vivir académico. Gordillo (2019) realizó un análisis de inteligencia de género enfocado en la educación mixta, la cual se ha presentado como una de las soluciones a la desigualdad de género debido a que todos juntos estudian y comparten la misma aula. Pero de igual manera el autor plantea que la solución puede ser parte del problema, ya que dentro del aula se pueden generar estereotipos que inhiban al correcto desarrollo sexual como de personalidad.

1.2 Productividad empresarial

El concepto de productividad se encuentra relacionado con el de producción, conceptos paralelos entre los cuales se establecen similitudes y diferencias. La productividad es una de las variables clave para medir la eficiencia y la evolución de los sectores económicos, o de la economía en su conjunto, ya que sus mejoras pueden dar lugar a la elevación del nivel de vida de las sociedades (Estiballo y Zamora, 2002).

Desde una perspectiva social, la productividad es uno de los determinantes de la calidad de vida de los habitantes de un país. Desde lo macroeconómico, es uno de los determinantes de la rentabilidad de las empresas y su éxito en un mercado competitivo. Por otra parte, desde el ámbito empresarial, se ha convertido en una variable competitiva fundamental para la igualdad de condiciones con las demás actividades de la empresa que genera distintas ventajas, debido a que a través de esta se puede determinar la eficiencia y rentabilidad de los factores productivos y actividades económicas de un país. A partir de ello se han desarrollado definiciones y métodos de medición de la productividad, los cuales son de relevancia para los análisis de productividad que sirven para obtener resultados de

algunos problemas económicos y sociales, como asignación de recursos, distribución de salarios y eficiencia productiva. (Colmenares, s.f).

La productividad tiene en general dos significados (Centro Nacional de Productividad Colombia, 2008): la productividad física y la productividad del valor. La primera se refiere a la productividad como unidad básica cuantitativa y la segunda al valor económico creado a través de una serie de actividades. La productividad física como unidad base puede aplicarse a una industria particular o a un proceso específico de operación. Este tipo de medición, aunque importante tiene limitaciones cuando se trata de hacer evaluaciones intertemporales. Por otro lado, la productividad entendida como el valor creado en una empresa puede compararse con la de otra empresa y entre sectores industriales, a pesar de sus diferencias, ya que en el valor de los bienes o servicios quedan incorporados los cambios en el cuerpo del producto o el servicio. El valor de estos cambios se revela por el reconocimiento que el consumidor realiza a través del precio que paga.

En tiempos pasados se pensaba que la productividad dependía únicamente de los factores trabajo y capital, sin embargo, hoy en día se sabe que existen diferentes factores que afectan su comportamiento, como las inversiones, razón capital/trabajo, la investigación y desarrollo científico tecnológico, la utilización de la capacidad instalada, las leyes y normas gubernamentales, las características de la maquinaria y equipo, los costos de los energéticos, la calidad de los recursos humanos, los sindicatos, etc.

Los análisis de productividad se realizan con la finalidad de estudiar algunos problemas económicos y sociales tales como la asignación de recursos, la eficiencia productiva, la distribución de salarios, el nivel de vida o las mejoras de competitividad, que

permiten alcanzar mejores asignaciones al conseguir, con el mismo esfuerzo, más y mejores resultados en el proceso productivo. La mayor parte de estos análisis estudian la participación que los factores productivos tienen en el proceso de producción mediante la elaboración de índices de productividad parcial de un factor productivo, o bien a través de índices de productividad total, o global, de los factores (Estiballo y Zamora, 2002).

En base a este concepto, se define “Productividad Empresarial”, este concepto hace referencia al conjunto de acciones que se realizan para cumplir con los objetivos de las empresas, teniendo en cuenta los recursos utilizados y haciendo comparación simultánea con los resultados obtenidos. Es decir, la productividad empresarial busca maximizar los ingresos y la producción de las empresas en un periodo estipulado, el crecimiento económico de las empresas se logra con procesos eficaces.

De igual manera, es vital resaltar la importancia del capital humano dentro de las organizaciones, mantener un buen ambiente laboral, motivación y herramientas necesarias para que los empleados puedan llevar a cabo sus labores de la manera más efectiva, y de tal manera poder alcanzar una mayor productividad en las diferentes actividades de la empresa.

Según Soto. E, (2007), el diagnóstico del clima laboral suministra retroalimentación en los procesos que trastocan la conducta organizacional, así mismo, permite proponer planes de mejora, encaminados al cambio de condiciones y conductas de los implicados, a través de la mejora con la finalidad de optimizar los niveles de motivación y rendimiento profesional, encauzando en muchos casos, el hecho de que los implicados propongan cambios o mejoras.

Las habilidades comunicativas son la base fundamental de las relaciones entre personas, el director Adjunto del Instituto de Comunicación Empresarial, Daniel

Rodríguez, menciona que al enfocarse y tener buenas habilidades comunicativas, cada miembro dentro de una organización genera mayor productividad, mayores ventas y climas laborales positivos en la misma. Las personas deben comunicarse de la manera adecuada que les permite hablar con eficacia y lograr objetivos comunicativos, como vender, explicar, acordar y llevar a la acción al receptor. Adicionalmente, es importante el lenguaje no verbal y la voz que se utiliza para expresar los mensajes, evitar movimientos inadecuados, controlar el tono y rapidez de la voz, también es fundamental el control de la respiración y vocalización. Alineando todo lo anterior, se busca que las habilidades comunicativas se fortalezcan y sean las adecuadas dentro de las organizaciones (2018).

Por otro lado, la toma de decisiones es una acción que se debe realizar frente algún problema o situación que sucede dentro de una organización y en la vida personal, por tal razón se debe analizar con detalle para que los resultados y objetivos sean los esperados, de acuerdo con la opciones, alternativas y nivel de importancia de cada situación, es importante definir el nivel de impacto que se tiene sobre todo en las organizaciones como estratégico, táctico y operativo, una mala decisión afectaría de manera paulatina los procesos, procedimientos al cliente interno y externo (Losada, 2019).

Medición productividad empresarial

La metodología de medición de la productividad se divide principalmente en dos (Colmenares, s.f), medición sectorial y empresarial. La medición empresarial, es la medición de la productividad en el ámbito de las empresas, esta se encuentra aún en desarrollo y tiene varios enfoques, el economista, el cual sugiere medir la productividad a través de índices, funciones de producción o por medio de una relación insumo-producto; la ingeniería, la cual propone la medición a través de índices con orientación hacia la utilidad

y a los servosistemas; la administradora, considera que la productividad debe medirse a través de arreglos de índices y con razones financieras; la contadora, se basa en la medición

Productividad empresarial con relación a la inteligencia de género

Con la inteligencia de género se disminuye la rotación de personal y se mejora el ambiente laboral. Muchas mujeres se marchan de oportunidades laborales existentes para iniciar sus propios negocios al sentirse infravaloradas (Annis y Gray, 2016). Una investigación realizada por Bárbara Annis y Richard Nesbitt (2017) está basada en entender cómo la mujer logra generar más ganancias en el mercado empresarial cuando está en puestos gerenciales. Es importante reformar algunas normas para generar ventaja competitiva y entender las capacidades de cada uno para usarlas en pro de la compañía. Los estudios realizados en las últimas tres décadas demuestran que las empresas con mujeres líderes ofrecen un rendimiento superior, la cantidad de mujeres en los C-suites de empresas de todo el mundo es notablemente baja. Los hombres y mujeres deben trabajar juntos para poner en práctica sus diferentes habilidades que son la clave del éxito. Conocer, diferenciar y eliminar sesgos entre el género es de vital importancia en la actualidad para progresar (Lipman, J, 2018).

Por lo tanto, y de acuerdo con el estudio realizado por Zárate, et. Al (2022) se determina que los tipos de personalidad y de género influyen en la forma en la que los hombres y mujeres direccionan proyectos empresariales.

Finalmente, de acuerdo con lo planteado anteriormente, es necesario resaltar la importancia de la diversidad de género dentro de las empresas, sobre todo planteando una diversidad estratégica, como lo afirma Enrique Montañés García Vicepresidente Senior de CHEP Europa : “Las compañías funcionan mejor cuando tienen el foco puesto en la

diversidad y la inclusión.” haciendo referencia a la idea en que es necesaria la participación de género pensada en sacar a flote las virtudes y capacidades de cada persona (García y Valenzuela, s.f). Siendo esto beneficioso para la organización, Betsy Muñoz (2016) evidencia que el clima organizacional y la productividad son factores directamente relacionados y fundamentales que hacen que las empresas sean competitivas en el mercado.

1.3 Estado del arte

1.3.1 Habilidades de hombres y mujeres

Wolpert señala en su libro *Why Can't a Woman Be More Like A Man?* que la testosterona juega un papel determinante al diferenciar a los hombres de las mujeres. En el hombre adulto el testículo produce entre 2.5 y 11 mg/día de testosterona. En la mujer los ovarios y las suprarrenales producen aproximadamente 0.25 mg/día de testosterona (Malgor, sf). Esta hormona los hace más agresivos, arriesgados y fuertes físicamente. Ellas, por su parte, son mucho más emocionales y tienen mejores habilidades para manifestar sus estados de ánimo, compartir sus sentimientos y decodificar el lenguaje no verbal de los demás. Esto coincide con la teoría de Simon Baron-Cohen, profesor de Psicopatología del Desarrollo en la Universidad de Cambridge, Reino Unido, y autor del libro *La diferencia esencial*. Baron-Cohen afirma que el cerebro femenino está cableado para sentir empatía mientras que el masculino para sistematizar, es decir, para planear y organizar cosas. Por eso no es raro que el 80 por ciento de los ingenieros en el mundo sean hombres y que haya más trabajadoras sociales y comunicadoras (Galvis, 2014).

Se puede observar que hay géneros más afines a algunas áreas de conocimiento, las mujeres pueden ser más hábiles para memorizar, comunicar o recordar. Los géneros se diferencian en diversas situaciones y profesiones por sus capacidades innatas.

Gray en su momento señaló que una de las mayores diferencias reside en la forma en que hombres y mujeres se comunican, según él una de las principales causas por las que las parejas tienen tantos malentendidos. Eso se explicaría en que el lenguaje y la comunicación son más importantes para las mujeres y en que ellas hablan más. En efecto, uno de los estudios más propagados sobre diferencias cerebrales por el sexo fue publicado por un grupo de investigadores de la Universidad de Pensilvania y el Hospital de niños de Filadelfia, en EEUU. Estudiaron 949 jóvenes entre 8 y 22 años (521 niñas o mujeres y 428 niños u hombres), con lo que lograron demostrar que las diferencias de género se notan no solo en la expresión oral sino incluso en textos escritos, de allí establecieron el término “conectoma estructural del cerebro”, el cual demuestra diferencias intrínsecas entre los cerebros femenino y masculino en el desarrollo desde la etapa infantil hasta la adolescencia, la conclusión del estudio fue que los cerebros femeninos estaban mejor dotados para procesamiento analítico e intuitivo, mientras que el masculino para la percepción y coordinación de acciones.

Wolpert afirma en su libro que ya se ha desarrollado un algoritmo que puede detectar con precisión el género de un escritor según la forma como escribe. “Los factores psicolingüísticos permiten detectarlo. Las mujeres usan más palabras relacionadas con temas psicológicos y sociales, mientras que los hombres se refieren con mayor frecuencia a temas impersonales y a las propiedades de los objetos”, dice el autor (Galvis 2014).

En un estudio realizado por la universidad de Zaragoza a 350 Directores de Recursos Humanos de grandes y medianas empresas de la Comunidad Autónoma de Aragón (normalmente de cien empleados o más) y a Expertos, Técnicos y Responsables del ámbito público en materia de Personal, Empleo y Formación en la Comunidad Autónoma de Aragón en donde buscan la descripción de las habilidades expresivas de

comunicación oral especialmente relevantes para el eficaz desempeño profesional, desde el punto de vista, las percepciones, el juicio y la experiencia de los profesionales responsables de la dirección, valoración o selección de personas para el desempeño de empleos en diversidad de ámbitos laborales representativos de la sociedad actual. Obtuvieron los siguientes resultados según género:

- Comunicación oral y escrita en la lengua nativa, resalta la mayor valoración de las mujeres (3,41 versus 3,18).
- Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad es especialmente valorado por las mujeres (2,91 versus 2,55).
- Las diferencias por sexo indican que las mujeres valoran más la formación escasa en competencias transversales (3,45 vs. 3,21 de los hombres) y también en las técnicas (3,05 vs. 2,74 de los hombres).
- Trabajo en equipo valorada mayor por las mujeres (3,60 vs. 3,37)

En síntesis, las mujeres manifiestan una mayor valoración relativa de las competencias de comunicación y del reconocimiento de la interculturalidad. Las organizaciones privadas manifiestan valores más altos en una gran diversidad de competencias frente al sector público y de la administración. También se observa una mayor sensibilidad en muchas de las competencias por parte del sector educativo (lenguas extranjeras, interculturalidad, razonamiento crítico, ética). La diferencia principal reside en la diferente percepción de las competencias, que se presenta en una perspectiva más competitiva de las organizaciones privadas. En estas hay muchos aspectos que deben cuidarse de cara a la rentabilidad y a la imagen de la organización: creatividad, calidad, dominio de lenguas, etc. Estos factores son valorados también de forma elevada por entidades educativas, muy sensibilizadas por una formación integral atenta a proporcionar

al alumnado todo tipo de competencias y, por el contrario, menos enfatizadas por el sector público y administrativo en el que puede darse una menor competitividad con otras organizaciones, con un servicio público muy pautado y tradicional, más estable a lo largo del tiempo, menos sensible a los vaivenes de la oferta y la demanda. Lo mismo se da en cierta medida en las organizaciones sanitarias, en las que en líneas generales se dan procedimientos muy específicos y en los que las competencias genéricas ocupan un plano secundario. (Villanueva, 2014).

Por último, en el estudio de Gatzia (2012) mencionado anteriormente, acerca de la inteligencia emocional donde se ratifica que en la mayoría de investigaciones que han estudiado analizando las diferencias entre hombres y mujeres, han mostrado que las mujeres presentan mayores niveles de inteligencia emocional, mujeres con rasgos expresivos. En el estudio participaron 338 trabajadores de 20 empresas del sector industrial y de servicios, iniciaban con unos cuestionarios que median identidad de género e inteligencia emocional, luego, realizaban dinámicas sobre creatividad e innovación. La muestra eran 69.2% hombres, con una media de edad de 38.34 años, con un rango de edades de 19 a 64.

En el estudio ya mencionado de Echavarría et. Al (2007), se analizaron las diferencias de género en habilidades cognitivas y su rendimiento académico en una población de 1.529 estudiantes (713 hombres y 816 mujeres) de primeros semestres de la Universidad Empresarial Siglo 21, entre los años 1998 y 2000. Fueron administrados 5 subtests del Test de Aptitudes Diferenciales, donde se encontraron diferencias de género significativas, en habilidades y el rendimiento académico. Las relaciones test criterio fueron mayores para las mujeres que para los hombres.

1.3.2 Relevancia del conocimiento para la productividad empresarial

Se puede ver un beneficio en relación inteligencia de género con productividad empresarial. La inteligencia de género requiere que el personal de una empresa sea capacitado psicológicamente para que este entienda y posea herramientas que ayuden a entender las habilidades y características del género. Al tener capacitaciones asociadas a la psicología se mejoran factores personales y empresariales, como la salud, el rendimiento y la satisfacción hacia el trabajo. Una adecuada actuación psicología, mejora la prevención de riesgos en la productividad, al favorecer la creación de equipos de alto rendimiento. Estas capacitaciones están enfocadas en que las personas deben tener espacios dentro de las organizaciones donde se expresen libremente, sean proactivos y partícipes dentro de la empresa, generando y aportando ideas. Equipos de alto rendimiento son conformados por grupos de trabajo bien entrenados y cohesionados en los que prevalece un sentimiento de eficacia colectiva, que se origina en la confianza que se tiene en el compromiso, las capacidades y las contribuciones potenciales de los compañeros. Para ello, se enfocan en brindar características de estos equipos, las claves para conseguirlos, el proceso que se debe llevar, las herramientas y los posibles tipos de personalidades a los que se pueden encontrar dentro de la organización (Fernández, 2019).

Una empresa capacitada es una empresa generando más impactos positivos en el sector. Dentro de este contexto los recursos humanos tienen un alto nivel de relevancia en la mejora de la productividad (Arévalo, et. Al, 2017). Es importante ir mejorando cada vez más habilidades de los empleados de las empresas para que estos usen las mismas para crear mayor valor presentando nuevas ideas, estrategias y ventajas competitivas. Existen numerosas investigaciones que evidencian el efecto positivo de la capacitación en la

productividad empresarial (Bartel, et. Al, 1994) por tanto, cada vez se reconoce más la importancia de invertir en esta al observar la mejora del desempeño organizacional. Según la investigación realizada por Bishop (1994) se plantea que el empleador que ofrece capacitación, aumenta la productividad subjetiva en aproximadamente un 16% por tanto se debe crear un ambiente laboral en el que tanto empleado como empleador se comprometan a promover capacitaciones para adquirir nuevas competencias que traigan beneficios para ambas partes.

Aun así, se observa en un artículo de investigación de García (2019) en el sector manufacturero de Colombia que la diversidad de género tiene un impacto en la productividad laboral, se logró identificar que los resultados son negativos, a pesar de que un gran número de empleados hombres también afecta negativamente la productividad, al relacionarlo con el número de empleados mujer, es aún más negativa. Sin embargo, la relación entre la diversidad de género y productividad es no monotónica, lo que significa que, a partir de 1915 mujeres empleadas en el sector, la productividad empieza a generar mejores resultados, a tener un crecimiento positivo, el autor afirma que esta relación demostrada entre diversidad de género y productividad no puede ser generalizada, se necesitan estudios cualitativos para entender mejor la situación.

1.3.3 Innovación y productividad

Vargas, et. Al (2016) realizan un estudio exploratorio donde buscan mejorar la productividad por medio de la innovación, para ello tienen un estudio cualitativo con empresas de distintos sectores que han adoptado algún tipo de innovación en los últimos cinco años, para realizar todo este estudio es necesario tener información a fondo de cada

organización y como los autores lo mencionan, esta es la limitante principal (la información en línea de la productividad de las empresas) debido a que se abstienen a revelar cierto tipo de información, sobre todo la cuantitativa que se considera confidencial y esto dificulta el desarrollo de este tipo de estudios. Aun así, una nueva modalidad ya muy normal en la actualidad es el teletrabajo, de manera innovadora Sánchez y Montenegro (2019) buscan que al implementar esta modalidad en las organizaciones se mejore su productividad empresarial, identifican que esta iniciativa favorece tanto a empleados como a la organización, los trabajadores son más competitivos, responsables y organizados con sus deberes y tareas, las entregas las realizan de manera puntual y esto es benéfico para la empresa porque tiene colaboradores eficientes con buenos resultados y así mismo, se optimizan los espacios físicos y la utilización de recursos (Cataño y Gómez, 2014).

Al ver que la innovación está ligada al crecimiento de la productividad empresarial, se podría generar un beneficio al integrar a la organización capacitaciones en inteligencia de género como una nueva innovación que repercute en el desarrollo personal de los empleados que con los nuevos conocimientos y capacidades logren generar valor de una manera efectiva en las estrategias y cultura empresarial.

1.3.4 Percepción de los empleados del clima laboral en relación a la productividad

Como resultado del diagnóstico realizado a la empresa HARDEPEX Cía. Ltda en un estudio realizado a Población Objetivo de 87 trabajadores enmarcado en un contexto donde más del 86% del personal es operativo, trabajando en los patios y máquinas procesadoras, se muestra como al analizar la percepción del clima laboral tienen un puntaje del 58% pudiendo tener una puntuación máxima de 100% , por tanto se puede decir que están en categoría de mejora, se observa factores prioritarios de incidencia por mejorar, los factores

relacionados con carrera profesional y liderazgo. En este estudio se observa que los trabajadores ven las consecuencias de no tener un clima laboral favorable para sus trabajos, se afirma que al no contar con el mismo hay un estancamiento laboral. Los trabajadores indican que hace falta trabajo en equipo, menos barreras en general y más estrategia colaborativa.

Posterior al estudio la empresa empresa HARDEPEX Cía. Ltda define como solucionar las falencias que se encuentran. El resultado de la investigación sugiere a las organizaciones, que independientemente al sector que se dediquen, el tamaño al que pertenezcan, la actividad que realicen, el número de trabajadores que concentren, incluso los diferentes departamentos que integren, siempre debe existir un clima laboral agradable para el personal que labora en las empresas, pues influye enormemente en sus resultados, que están relacionados lógicamente con la producción y productividad de la organización, donde se debe contar con una comunicación fluida al margen de los niveles de jerarquía, colaboración entre empleados, autonomía, y liderazgo con proyección de los directivos; derivándose consecuentemente resultados prósperos para cualquier organización. (Pilligua y Artega, 2019).

Las organizaciones en su direccionamiento estratégico, deben ofrecer al talento humano un clima laboral adecuado, que tenga las garantías necesarias para que el individuo pueda desenvolverse en sus actividades y produzca lo mejor de sí (Giraudier, 2004). Esto a medida del tiempo puede generar resultados que se transformen en utilidades, mejores resultados a nivel general y mejoras en diversos índices de la organización. Por otro lado, es muy importante contar con un equipo de gerentes capacitados y enfocados en se estrategias que generen confianza y espacios en donde se pueda construir con la creatividad

de todos los empleados ya que al integrar diversos puntos de vista se pueden crear nuevos proyectos que mejoren la productividad y generen valor a la organización.

2. Metodología

2.1 Tipo de investigación

Se indagó en un tipo de investigación correlacional en donde se observó como la inteligencia de género y la productividad tienen una conexión en el ámbito empresarial. Se buscó establecer como estas trabajan de forma conjunta para mejorar resultados relacionados con las capacidades y fortalezas de los géneros. Este tipo de investigación busca encontrar una relación entre las variables anteriormente nombradas para entender y evaluar la influencia que pueden llegar a tener en una empresa.

Según Hernández Samiperi el estudio correlacional es “aquél que asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Afirma que este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones solo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables” (2018, p. 93).

2.2 Enfoque de la investigación

Se tuvo un enfoque cuantitativo ya que se recolectaron datos con el objetivo de analizar los cambios que genera en el área comercial de las empresas el conocimiento de la inteligencia de género. Con este enfoque se logró establecer una relación entre las variables a investigar para lograr establecer puntos importantes a partir de datos que se recolectaron por medio de encuestas de percepción, estadísticas relacionadas a la productividad, etc.

Según Hernández Samiperi, el enfoque cuantitativo (que representa, como se mencionó, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es

riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. (2018, p. 4).

2.3 Población y muestra

La población seleccionada para la investigación serán empleados cisgénero de PYMES del sector comercial en Bogotá. Es importante aclarar que se reconoce la existencia e importancia de comunidades diferentes a la cisgénero, en este caso, la investigación tendrá en cuenta las encuestas en las cuales coincida el género con el sexo asignado al nacer, para poder sacar conclusiones verídicas de esta población. Los individuos de la muestra se obtuvieron únicamente por medio de gerentes de PYMES del sector comercial de Bogotá que enviaron la herramienta de recolección de datos- encuesta a su equipo de trabajo, para así garantizar obtener solo resultados de la población objetivo, es decir, empleados cisgéneros de PYMES del sector comercial en Bogotá. Esto permitió tener resultados precisos con la muestra de la investigación.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, en el año 2021 en Bogotá y la región hay 23.267 pymes (18.163 pequeñas y 5104 medianas). La encuesta de Desempeño Empresarial del Primer Trimestre de 2022 clasifica la distribución de PYMES por sectores económicos de la siguiente forma: El 47% se dedican al sector de servicios, el 28% al sector de

manufactura y el 24% se dedican al sector comercial dato de interés para la presente investigación. La investigación se realizó en PYMES de Bogotá, esta ciudad es catalogada como la sexta mejor ciudad para hacer negocios en Latinoamérica según el ranking de *América Economía*. Se escogieron las empresas del sector comercial por interés personal en el desarrollo profesional y a su vez, la Superintendencia de Sociedades dio a conocer que el sector comercial es uno de los que genera mayores ingresos operacionales, rentabilidad por patrimonio y activos (2022).

Para tener una muestra representativa la demostración se hizo aproximadamente con 360 personas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% a empleados que aborden las condiciones nombradas en el primer párrafo. Para lo anterior, se usó la siguiente formula correspondiente al tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población total

p = Probabilidad de que ocurra

q = Probabilidad de que no ocurra

e = Error estimado

Z = Nivel de confianza

El muestreo que se utilizó en la investigación, fue probabilístico, ya que necesitó una previa división de la población de estudio, en este caso personas específicamente que laboren en el área comercial de PYMES en Bogotá, junto a las especificaciones anteriores. Esta segmentación permitió tener mayor enfoque en la búsqueda para tener al final resultados específicos y efectivos para aplicar en las organizaciones.

2.4 Diseño metodológico

Tabla 1. Diseño metodológico

Objetivo Específico	Actividad	Instrumentos	Formato
Identificar si los empleados encuentran diferencias en la toma de decisiones de mujeres y hombres dentro de las organizaciones.	Diseño y aplicación de encuestas de percepción a empleados del área comercial de PYMES de Bogotá, para establecer una relación entre productividad y toma de decisiones.	Encuestas virtuales a los empleados de las empresas	Cuestionario con preguntas de selección múltiple
Determinar si los empleados reconocen diferencias en las habilidades comunicativas de hombres y mujeres.	Diseño y aplicación de encuestas de percepción de las habilidades comunicativas de los empleados del área comercial de PYMES de Bogotá.	Encuestas virtuales a los empleados de las empresas	Cuestionario de encuestas tipo casos y selección múltiple.
Evaluar si los empleados perciben que hombres y mujeres actúan diferente en las actividades cotidianas empresariales.	Encuesta de percepción para analizar si los empleados identifican diferencias en el clima laboral.	Encuesta de percepción virtual	Preguntas de selección múltiple

Nota: Elaboración propia

Tabla 2. Variables

VARIABLES	SUBTEMAS
<p>Toma de Decisiones Proceso que atraviesan las personas cuando deben elegir entre distintas opciones que pueden tener algún impacto en la sociedad. Se involucran aspectos de análisis, categorización, juicios probabilísticos, construcción de alternativas y decisión (Salinas, 2011).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de información - Identificación de problemas - Efectividad de las decisiones
<p>Habilidades Comunicativas Son todas aquellas que nos permiten comunicarnos con otras personas con exactitud, eficacia y mostrando nuestro nivel de competencias y destrezas con respecto a un determinado asunto.</p> <p>Centrarse en las cuatro habilidades comunicativas fundamentales (escucha, empatía, comunicación no verbal y verbal), abrirá las puertas a mejores acuerdos, más entendimiento, una mejor preparación para, por ejemplo, preparar una propuesta de proyecto para un cliente, o para cerrar un acuerdo comercial beneficioso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de escucha a hombres y mujeres en reuniones empresariales - Claridad en la comunicación verbal al presentar proyectos - Entendimiento de comunicación no verbal - gestos en la oficina.
<p>Clima Laboral</p> <p>El clima laboral es la suma de las percepciones que los trabajadores tienen sobre el medio humano y físico donde se desarrolla la actividad cotidiana de la organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud al desarrollar labores - Iniciativa en la generación de nuevas estrategias empresariales - Reconocimiento de logros

Nota: Elaboración propia

3. Resultados obtenidos

Se realizó una encuesta con el fin de determinar en qué medida los empleados cisgénero de PYMES del sector comercial reconocen que existen diferencias entre hombres y mujeres que influyen en el incremento de la productividad empresarial. Esta misma responde a tres objetivos específicos correspondientes a:

- Examinar si los empleados identifican diferencias en la toma de decisiones de mujeres y hombres dentro de las organizaciones. Enfocado en temas de toma de decisiones como análisis de información, identificación de problemas y efectividad en la toma de decisiones.
- Determinar si los empleados reconocen diferencias en las habilidades comunicativas de los hombres y mujeres. Enfocado en las habilidades comunicativas ligadas a la claridad en la comunicación verbal al presentar proyectos, capacidad de escucha a hombres y mujeres en reuniones empresariales y un último que responde a el entendimiento de comunicación no verbal - gestos en la oficina.
- Analizar si los empleados perciben que hombres y mujeres actúan diferente en las actividades cotidianas empresariales. Este enfocado al clima laboral buscando analizar si se perciben diferencias en la actitud al desarrollar labores, iniciativa en la generación de nuevas estrategias empresariales y el reconocimiento de logros.

La encuesta tuvo en total de 15 preguntas que buscaban responder a estos objetivos y proceder a analizar información para realizar conclusiones. El rango de edad de los participantes se encontraba distribuido como se observa en la gráfica a continuación:

¿En qué rango de edad se encuentra?

390 respuestas

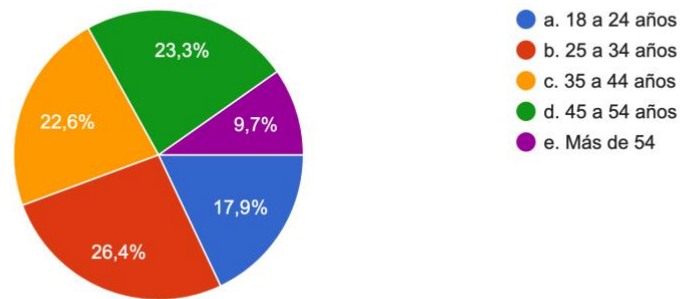


Figura 1. Rango de edad personas encuestadas

Nota: Elaboración propia

Es importante evidenciar que los porcentajes varían pero que se tiene el punto de vista de diferentes generaciones que permitirá tener conclusiones más generales y efectivas que ayuden a diferentes públicos.

El 46,6% se identificaba con el género masculino y el 53,1% con el género femenino. En cuanto al sexo asignado al nacer el 47,2% fueron hombres y el 52,8% mujeres. De igual forma, se ve un público similar de hombres y mujeres para el análisis.

Por otro lado, personas de diferentes áreas respondieron la encuesta lo que permite diversidad y oportunidad de sacar conclusiones afines a toda la organización y no para un área específica. Los porcentajes se distribuyen en el área de dirección y administrativa, recursos humanos, producción y logística, ventas y marketing, finanzas y contabilidad. A

continuación se observa la distribución de las personas encuestadas:

¿En qué área se encuentra trabajando actualmente?

379 respuestas

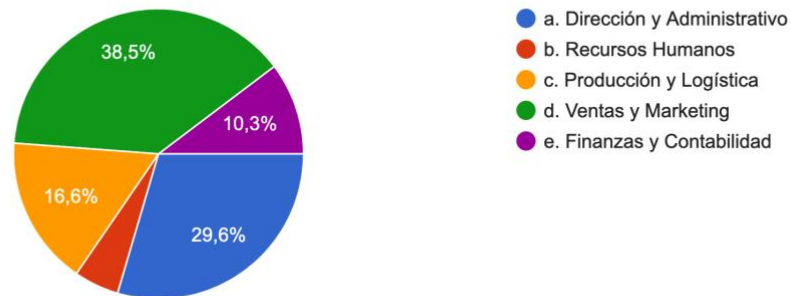


Figura 2. Área de trabajo de las personas encuestadas

Nota: Elaboración propia

3.1 Diferencias en la toma de decisiones de mujeres y hombres dentro de las organizaciones.

La toma de decisiones es el proceso que atraviesan las personas cuando deben elegir entre distintas opciones que puedan tener algún impacto en la sociedad, para el presente trabajo se analizara por medio del análisis de la información, la identificación de problemas y la efectividad de las decisiones.

En primer lugar, se inicia con el análisis de información, el cual es uno de los procesos empresariales clave para descubrir nuevas estrategias, planificar y aprovechar oportunidades, buscando la competitividad en el mercado. A continuación, se presenta la gráfica donde se ilustra la pregunta realizada.

¿Qué género cree usted que suele ser más crítico a la hora de analizar las tendencias del mercado actual?

387 respuestas

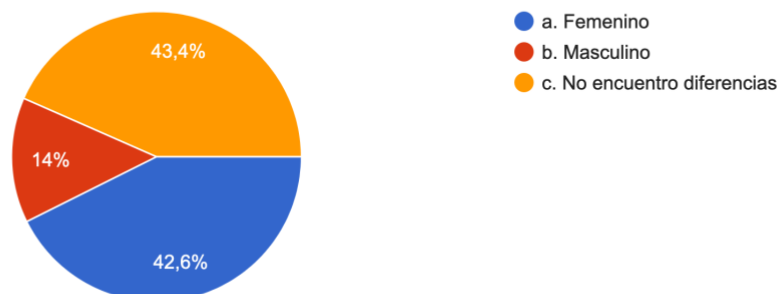


Figura 3. Los géneros con relación a las tendencias del mercado

Nota: Elaboración propia

En base a la pregunta realizada: ¿Qué género cree usted que suele ser más crítico a la hora de analizar las tendencias del mercado actual? Se tienen los siguientes resultados: 43,4% No encuentra diferencias, 42,6% femenino y 14% masculino.

Un gran porcentaje de personas percibe la no diferencia entre géneros a la hora de analizar y ser crítico con las tendencias del mercado actual, sin embargo, aproximadamente el 43% de la población encuestada afirma que le sigue las mujeres. Se observa que ellas son más críticas a la hora de analizar tendencias del mercado actual, lo que facilita la toma de decisiones empresariales y de igual forma, es una característica muy importante que permite a las empresa estar en una adaptación constante e innovadora, cumpliendo con las necesidades del cliente y siendo capaz de satisfacerlas.

Según el artículo de Dimensión de Género en la transformación digital empresarial, la mujer sí participa en los procesos de innovación y negocio, pero en la mayoría de las ocasiones se trata de trabajos de soporte, no de liderazgo, por lo que su papel está poco

visibilizado y no incentiva a que otras mujeres participen, lo cual no les permite ocupar espacios estratégicos. Es importante tomar en cuenta la percepción de empleados para ser más críticos y eficientes en puestos o decisiones gerenciales, adaptando la necesidad a la inteligencia de género para aprovechar habilidades que hacen procesos más rápidos y productivos (2022).

En segundo lugar, está la identificación de problemas, el cual es un factor relevante que puede evitar la quiebra de una empresa, analizando los problemas del negocio y verificando los errores del pasado. A continuación, se presentan las gráficas donde se ilustra la pregunta realizada enfocada en mujeres y hombres.

Las mujeres perciben problemas empresariales con mayor facilidad cuando son temas de:
381 respuestas

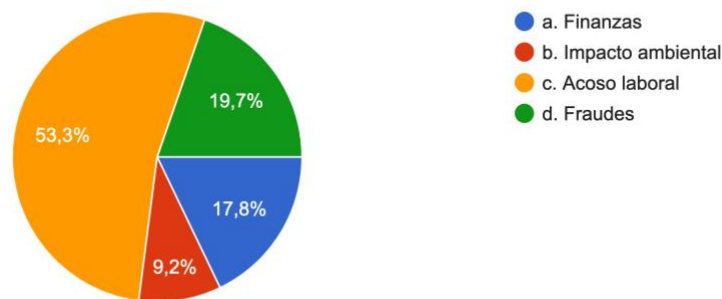


Figura 4. Percepción de las mujeres en problemas empresariales

Nota: Elaboración propia

Los hombres perciben problemas empresariales con mayor facilidad cuando son temas de:
385 respuestas

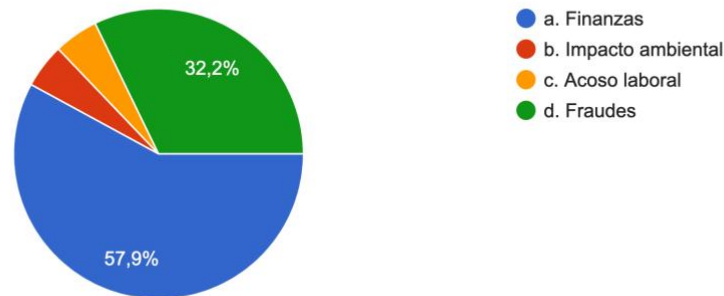


Figura 5. Percepción de los hombres en problemas empresariales

Nota: Elaboración propia

En cuanto a problemas empresariales, la mayoría de personas, el 53,3% percibe que las mujeres identifican con mayor facilidad temas de acoso laboral, le sigue fraudes con un 19,7% y finanzas con un 17,8%. Por otro lado, en los hombres sobresale significativamente finanzas con un promedio de 58%, el tema de fraudes ocupa un 32% siendo un valor relevante.

Es de resaltar que hay un gran contraste con los resultados de cada género, para las mujeres, los temas de acoso laboral son percibidos con mayor facilidad dentro de las empresas, en cambio, en el caso de los hombres este es casi invisible, para ellos representa alrededor de un 5% en su gráfica. Se ve una gran diferencia en los porcentajes con respecto a que las mujeres perciben problemas empresariales con mayor facilidad cuando están relacionados con acoso laboral, este es un tema muy crítico al poner en riesgo el clima laboral organizacional que es vital para lograr cumplir con los diferentes objetivos

empresariales y velar por el bienestar de los empleados. Percibir y denunciar los anteriores debe ser una práctica diaria que genere consecuencias y sanciones fuertes frente al protagonista de esta. Las mujeres son más emocionales y poseen habilidades para manifestar sus estados de ánimo y decodificar el lenguaje no verbal, gracias a la constitución de su cerebro gracias a esto se identifica que logran deducir situaciones infortunadas en diferentes escenarios. Es vital capacitar o inculcar más en las empresas denunciar todo tipo de prácticas que violen los derechos de las personas e inducir a las personas a no quedarse calladas frente a comportamientos o situaciones que ataquen contra el clima laboral. Se deben usar estas habilidades características de los géneros para acabar con prácticas y evitar consecuencias en la vida de los trabajadores. Las mujeres deben ser pioneras y crear una cultura en donde se facilite identificar el acoso laboral.

Por otro lado, se tiene gran porcentaje de los hombres en temas financieros, un 58%, aun así, en las mujeres es alrededor del 18%. Como se decía anteriormente el cerebro masculino está orientado en sistematizar, es decir, para planear, organizar cosas y analizar datos. Por eso, no es raro que el 80 por ciento de los ingenieros en el mundo sean hombres, en cambio, las mujeres se centran más en habilidades sociales, o eso es lo que se piensa. Los hombres tienen habilidades innatas, que los hace seres capaces de resolver y analizar problemas numéricos de manera sencilla, suelen trabajar de manera autónoma, con estrategias establecidas buscando siempre cumplir con los resultados esperados de cada proyecto o tarea, también se caracterizan por ser personas que saben delegar tareas y brindar confianza a sus trabajadores. Sin embargo, es de aclarar que todas las características mencionadas no se pueden generalizar, estas pueden variar dependiendo de cada persona, las condiciones laborales, el sector donde trabaja, el cargo y la empresa.

En tercer lugar, está la efectividad de las decisiones que se toman, la cual busca que las decisiones tomadas sean de manera oportuna y estén alineados a los objetivos del proyecto o de la empresa. A continuación, se presentan las gráficas donde se ilustra la pregunta realizada enfocada en mujeres y hombres.

¿Qué capacidad prima en las mujeres a la hora de trabajar?

387 respuestas

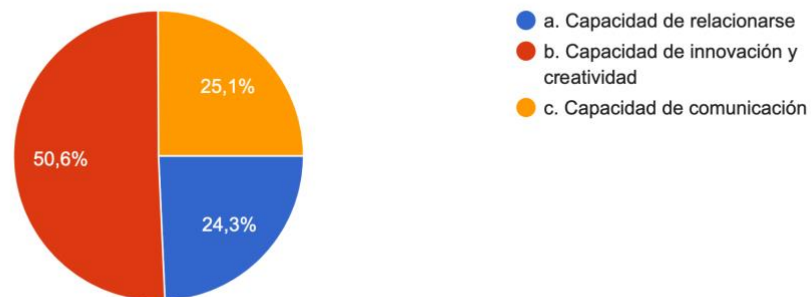


Figura 6. Capacidad que prima en las mujeres en el trabajo

Nota: Elaboración propia

¿Qué capacidad prima en los hombres a la hora de trabajar?

385 respuestas

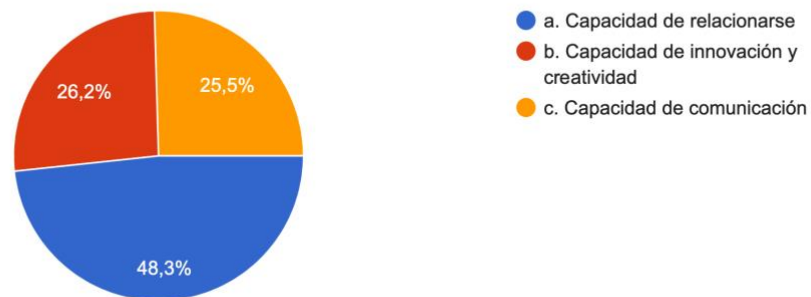


Figura 7. Capacidad que prima en los hombres en el trabajo

Nota: Elaboración propia

La capacidad que prima en las mujeres a la hora de trabajar es la capacidad de innovación y creatividad con el 50,6%, seguido de la capacidad de comunicación y de relacionarse con aproximadamente 25 y 24% respectivamente. En los hombres, la capacidad que prima es la de relacionarse con un 48,3%, seguida de innovación y creatividad con un 26,2% y la de comunicación con un 25,5%. Se observa una capacidad dominante en cada género, sin embargo, tanto mujeres como hombres tienen un equilibrio y buen manejo de las capacidades anteriormente mencionadas.

La creatividad e innovación fue percibida como una característica que sobresale en el género femenino, las empresas deben apuntarle a capacitar y potencializar la característica que este generando mayores resultados para usar está a su favor. Es importante identificar a quien puede capacitar y en que, ya vemos que no todos somos buenos en lo mismo y al capacitar a cada uno en lo que sobresale se puede crear un equipo de trabajo diverso y más productivo. Los empleados de PYMES de Bogotá identifican que las mujeres son creativas e innovadoras por tanto deben apoyar procesos o inducirlos a proyectos para que den su punto de vista y brinden multiplicidad que cree oportunidades que generan más valor empresarial.

La población encuestada percibe que en los hombres resalta la capacidad de relacionarse, esta capacidad puede generar que en una empresa se creen vínculos positivos que aporten a la consecución de los objetivos corporativos y además, es fundamental para el entendimiento de las diferentes áreas y equipos de trabajo, basado en una comunicación efectiva se generan relaciones satisfactorias que permite tener un ambiente laboral adecuado. Lo que conlleva a un equipo de trabajo unido, comprometido y armonioso, que suele dar lo mejor de sí para que la empresa cumpla con las metas y sea competitiva en el mercado.

A la hora de estar tomando una decisión o creando una nueva estrategia es importante pensar en la inteligencia de género y como las características del otro me aportan para generar un trabajo en equipo más eficiente y productivo realizando una combinación de puntos de vista y características que logren que el proyecto llegue a más mercados o personas. No podemos tener un equipo de trabajo con las mismas características o habilidades, necesitamos una convergencia, esta es la clave del éxito y si no las sabemos identificar no tendremos los resultados esperados.

3.2 Diferencias en las habilidades comunicativas de los hombres y mujeres.

Las habilidades comunicativas son todas aquellas que permiten la comunicación con otras personas con exactitud, eficacia, mostrando el nivel de competencias y destrezas con un asunto determinado, a continuación se analizará por medio de la claridad en la comunicación verbal al presentar proyectos, las capacidades de escucha a hombres y mujeres en reuniones empresariales y el entendimiento de comunicación no verbal (gestos en la oficina).

Para iniciar, está la claridad en la comunicación verbal al presentar proyectos empresariales, es un factor relevante y clave, debido a que se puede tener un buen proyecto pero si no se sabe transmitirlo ni comunicarlo, no tendrá el éxito esperado. A continuación, se presentan las gráficas donde se ilustra la pregunta realizada enfocada en mujeres y hombres.

¿Qué característica sobresale en las mujeres en las reuniones empresariales?

387 respuestas

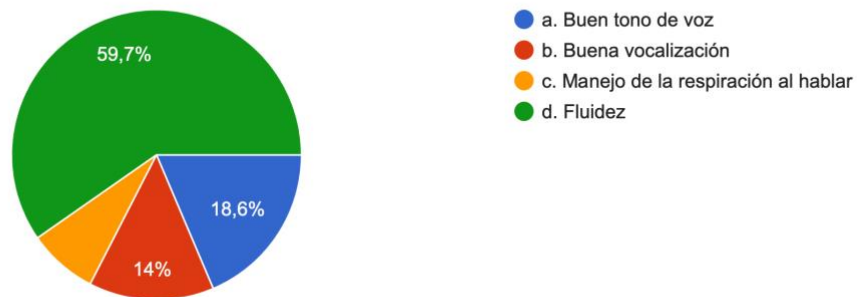


Figura 8. Habilidades comunicativas de las mujeres en reuniones empresariales

Nota: Elaboración propia

¿Qué característica sobresale en los hombres en las reuniones empresariales?

385 respuestas

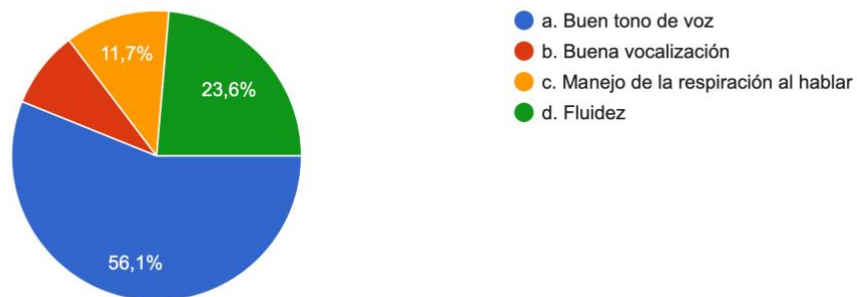


Figura 9. Habilidades comunicativas de los hombres en reuniones empresariales

Nota: Elaboración propia

Según los resultados en reuniones empresariales, el 59,7% señala la fluidez como la característica que sobresale en las mujeres, seguido de un buen tono de voz y buena vocalización con 18,6% y 14% respectivamente. En los hombres, se resalta con un 56,1% el buen tono de voz, seguido de la fluidez y el manejo de la respiración con un 23,6% y 11,7%

respectivamente. Es de resaltar que en los dos géneros las características con mayor predominancia son la fluidez y el buen tono de voz.

Según Claudia Hammond columnista del BBC, en promedio las mujeres utilizan 20.000 palabras al día, mientras que los hombres un promedio de 7.000, por la misma razón, se conoce que las mujeres aprenden y usan la lengua con mayor rapidez, fluidez y facilidad que los hombres, ellas poseen ciertas habilidades innatas por el mismo hecho de cómo se han desarrollado, métodos de supervivencia y adaptación (2013).

Las mujeres y los hombres tienen voces y tonalidades distintas de voz, cada sistema fonador tiene un desarrollo diferente durante la pubertad (Cobeta, 2013). Sin embargo, los hombres tienden a tener una tonalidad de voz mucho más atractiva que sobresale en reuniones empresariales, es un tono de voz que permite transmitir un mensaje adecuado y eficiente a un público. Aporta un componente de gran influencia ya que puede dar credibilidad y seguridad en los datos, la voz masculina es más grave, lo que lo hace agradable al escuchar pero son voces que por lo general tienen problemas vocales y es por ello que no tienden a ser tan fluidos a la hora de hablar en comparación a las mujeres.

De igual manera, está la capacidad de escucha a hombres y mujeres en reuniones empresariales, el cual es clave para cualquier negocio, una buena escucha permite identificar información oculta y ser más creativos a la hora de plantear una solución. Por otro lado, está el entendimiento de comunicación no verbal que permite entender a los demás más allá de un idioma. Normalmente por expresiones corporales, por gestos y señales que buscan expresar necesidades y emociones de satisfacción o enojo. A continuación, se presentan las gráficas donde se ilustran las preguntas realizadas.

¿Qué género es mejor percibiendo sentimientos en reuniones empresariales ?

388 respuestas

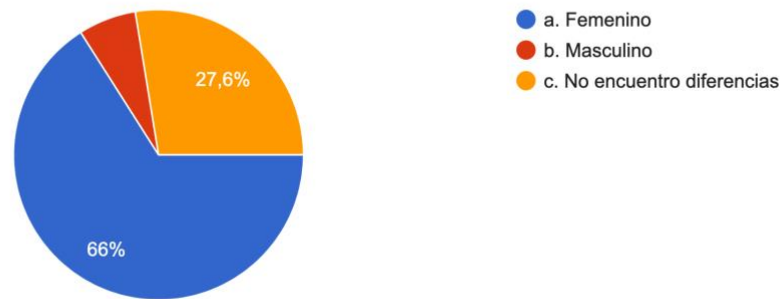


Figura 10. Percepción de sentimientos en reuniones empresariales

Nota: Elaboración propia

El 66% percibe que las mujeres logran identificar con mayor facilidad los sentimientos de las otras personas en reuniones empresariales. Mientras que aproximadamente el 28% no encuentra diferencias entre los dos géneros y solo el 6% responde que son los hombres.

Seleccione su nivel de satisfacción con la siguiente afirmación: "Es más fácil identificar en una mujer que en un hombre cuando escucha algo y no ...o con alguna propuesta por su expresión facial"

388 respuestas

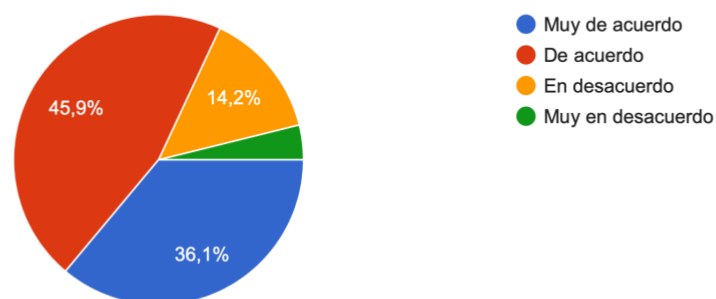


Figura 11. Identificación de las expresiones faciales de los géneros

Nota: Elaboración propia

Se realiza la siguiente afirmación: "Es más fácil identificar en una mujer que en un hombre cuando escucha algo y no está de acuerdo con alguna propuesta por su expresión facial", se obtuvieron los siguientes niveles de satisfacción: aproximadamente el 36% de personas se encuentran muy de acuerdo, el 46% de acuerdo, el 14% en desacuerdo y el 4% muy en desacuerdo.

Basados en los resultados, la mayoría está “muy de acuerdo” y “de acuerdo” en que el género femenino logra identificar gestos o sacar conclusiones gracias a las expresiones faciales. Los cerebros femeninos están dotados para el procesamiento analítico e intuitivo, mientras que el masculino la coordinación de acciones. Al ser más intuitivas, ellas decodifican expresiones que pueden ser definitivas en reuniones. Tener una mujer en alguna exposición de algún proyecto podría lograr cambiar el rumbo de alguna reunión que no vaya por el camino esperado. Al lograr tener facilidad ellas pueden crear o comunicar con fluidez información que puede cambiar puntos de vista del público y dar credibilidad de ello. Las mujeres, como ya se ha mencionado anteriormente, son muy emocionales a comparación de los hombres, no quiere decir que ellos sientan menos o que no puedan mostrar sus sentimientos, su nivel emocional es muy similar, lo que los diferencia es la expresión en el exterior. Por el mismo modo, se tiende a pensar que las mujeres son más audaces y logran percibir con mayor facilidad por medio de su inquietud los sentimientos y/o expresiones de las personas.

3.3 Clima laboral en hombres y mujeres en actividades empresariales.

El clima laboral es la suma de percepciones que los trabajadores tienen sobre el personal humano y el lugar físico donde se desarrollan las actividades cotidianas de la

organización. A continuación, se analizará por medio de la actitud al desarrollar labores, la iniciativa en la generación de nuevas estrategias empresariales y el reconocimiento de logros.

En primer lugar, la buena actitud al desarrollar labores hace que se aumenten los niveles de energía, lo que permite desarrollar actividades o tareas en un tiempo menor, con un desempeño alto. Todo esto hace que dentro de las organizaciones se genere un clima laboral adecuado, que las personas se sientan a gusto con el trabajo y su equipo, siendo así más efectivos y productivos dentro de la organización. A continuación, se presentan las gráficas donde se ilustra la pregunta realizada enfocada en mujeres y hombres.

Las mujeres suelen preferir un trabajo por:
387 respuestas

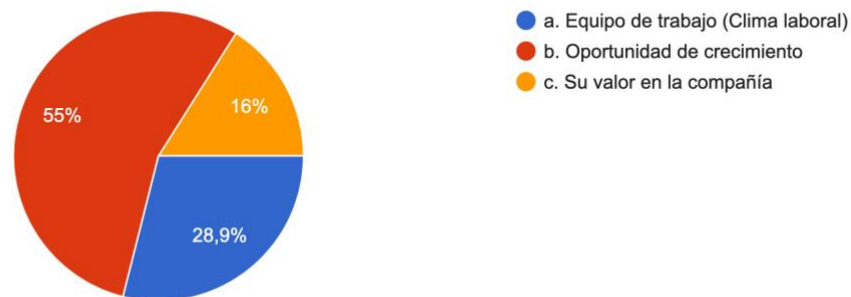


Figura 12. Preferencias de las mujeres a la hora de elegir un trabajo

Nota: Elaboración propia

Los hombres suelen preferir un trabajo por:
386 respuestas

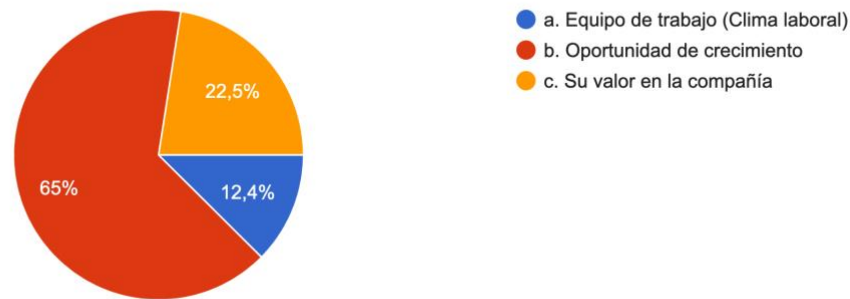


Figura 13. Preferencias de los hombres a la hora de elegir un en el trabajo

Nota: Elaboración propia

Basado en la encuesta, el 55% percibe que las mujeres prefieren un trabajo por la oportunidad de crecimiento, aproximadamente el 29% por el equipo de trabajo y el 16% por su valor en la compañía. En cuanto a los hombres, el 65% de personas señala que ellos prefieren un trabajo por oportunidad de crecimiento, un 10% mayor que en el caso de las mujeres. Aproximadamente, el 23% percibe que es por su valor en la compañía y finalmente, el 12% por su equipo de trabajo.

Las mujeres suelen preferir un trabajo cuando se trata de tener un crecimiento empresarial, por tanto, las empresas deben guiar sus incentivos a estrategias ligadas a lo que mueve a cada género para así potencializar o hacer más rápidos los resultados que se quieren. Según la encuesta, se percibe que los hombres suelen preferir un trabajo al igual que las mujeres por las oportunidades de crecimiento que se les pueden presentar, estas representan experiencia y mejores oportunidades que traen más responsabilidades pero de igual forma mejores condiciones para su vida personal y profesional.

En segundo lugar, tener iniciativa en la generación de nuevas estrategias empresariales, es una de las cualidades más valoradas por las empresas y permite que las personas se destaquen y se diferencien sobre otras, es una competencia que dentro de las organizaciones se destaca porque puede traer beneficios en proyectos. A continuación, se presentan las gráficas donde se ilustra la pregunta realizada enfocada en mujeres y hombres.

Las mujeres están más interesadas en proyectos relacionados con:

386 respuestas

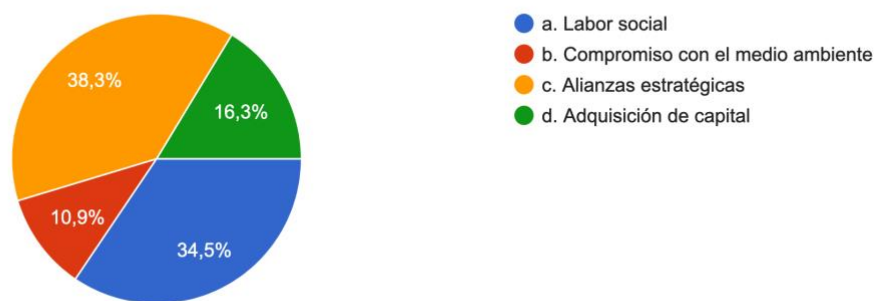


Figura 14. Temas de interés en las mujeres para proyectos empresariales

Nota: Elaboración propia

Los hombres están más interesados en proyectos relacionados con:

386 respuestas

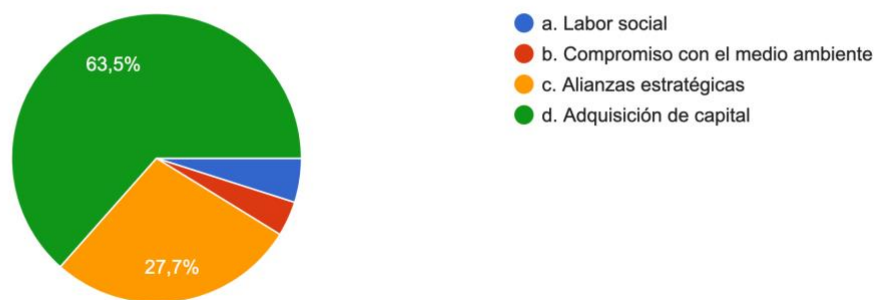


Figura 15. Temas de interés en los hombres para proyectos empresariales

Nota: Elaboración propia

Se observa que la gente identifica que las mujeres están más interesadas con temas de alianzas estratégicas con un promedio de 38%, con la labor social un 35% , con la adquisición de capital un 16% y un 11% con el compromiso con el medio ambiente. En cuanto a los hombres, el 63,5% percibe que están más interesados con temas de adquisición de capital, aproximadamente el 28% con alianzas estratégicas, el 5% con la labor social y el 4% con el compromiso con el medio ambiente.

En las mujeres se percibe que se destacan las alianzas estratégicas, este es un trabajo enfocado en personas dinámicas y extrovertida en los negocios, con buena socialización y capacidad de relacionarse, también, son aquellas personas creativas e innovadoras que buscan de manera inquieta explorar nuevos negocios y brindar oportunidades efectivas a la organización.

En los hombres se puede ver una clara diferencia en lo que las personas perciben acerca de su interés en proyectos relacionados con la adquisición de capital. Esto se puede relacionar al tema de sistematización explicada por la composición de su cerebro que también le permite reconocer con mayor facilidad problemas relacionados a lo financiero.

En tercer lugar, el reconocimiento de logros es una de las prácticas más valiosa por los empleados dentro de las empresas, esto puede mejorar el comportamiento de los empleados y hacer que ellos se sientan más comprometidos, haya menor rotación de empleados, también al tener un equipo motivado se aumenta la productividad y se cumplen mayores objetivos empresariales. A continuación, se presentan las gráficas donde se ilustra la pregunta realizada enfocada en mujeres y hombres.

¿Cuál es la principal razón por la que las mujeres se sienten motivadas en el trabajo?

387 respuestas

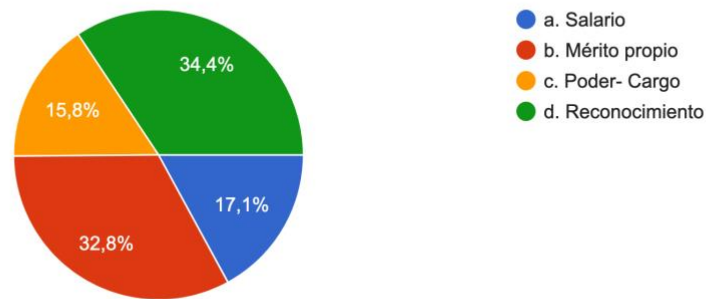


Figura 16. Motivación de las mujeres en el trabajo

Nota: Elaboración propia

¿Cuál es la principal razón por la que los hombres se sienten motivados en el trabajo?

385 respuestas

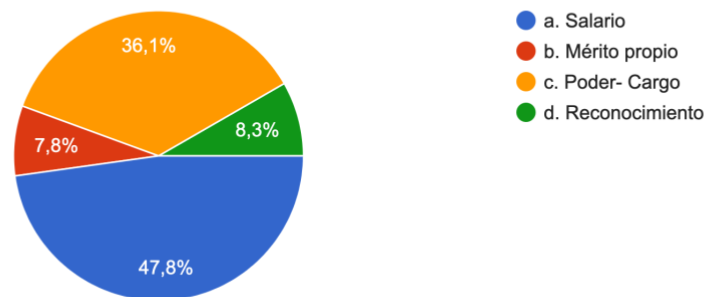


Figura 17. Motivación de los hombres en el trabajo

Nota: Elaboración propia

Se resalta que la principal razón por la cual las mujeres se sienten motivadas en el trabajo es el reconocimiento con un 34,4%, seguido por un 32,8% de mérito propio, un 17% por el salario y un 15,8% por el poder y cargo. Por otro lado, la principal razón que las personas sienten que los hombres se motivan en el trabajo es el salario con

aproximadamente un 48%, seguida de un 36% por el poder y cargo, un 8% por el reconocimiento y un 8% por el mérito propio.

Motivar a la gente es importante para que se sientan valorados y tenidos en cuenta dentro de una empresa. Aún al tener presente la importancia de motivar al personal se sigue creyendo que a todos nos motivan las mismas cosas cuando no. Se cree que al hacer algo para motivar a toda la empresa generará un impacto positivo en todos, y aunque muchas veces cuando se trata de incremento de salario funciona podría funcionar mejor con diferentes tipos de incentivos. Con los resultados se percibe que una mujer se siente motivada en el trabajo por mérito propio mientras que un hombre por salario, es un factor muy variables y se debería analizar dependiendo de las necesidades y la edad de cada persona, sin embargo, se evidencia que las mujeres suelen motivarse y sentirse a gusto con un trabajo cuando es valorada por su propio trabajo, por medio de reconocimientos y el mérito propio de sentirse valorada y sobresaliente con sus resultados. Mientras que los hombres, suelen motivarse por temas salariales y además, por estatus, poder y cargo dentro de la organización.

Conclusiones y recomendaciones

Partiendo de los objetivos planteados para el presente estudio y los resultados obtenidos se destaca:

- Se manifiesta la diferencia en la toma de decisiones de mujeres y hombres principalmente en la percepción de problemas empresariales relacionados al acoso laboral cuando se trata de las mujeres y temas financieros cuando se trata de hombres. Se considera la capacidad de innovación y creatividad la que más prima en las mujeres a la hora de trabajar y la capacidad de relacionarse en los hombres.
- La inteligencia emocional en habilidades comunicativas por los empleados de PYMES comerciales se evidencia identificando que la mujer es más fluida y logra percibir con mayor facilidad sentimientos en las reuniones empresariales mientras que en los hombres resalta un buen tono de voz. Un importante escritor de IE, Goleman, expone que las mujeres suelen experimentar las emociones (positivas-negativas) con más intensidad que los hombres.
- Se identifica respecto a la diferencia en percepciones entre mujeres y hombres en actividades empresariales que las mujeres y hombres prefieren principalmente un trabajo por oportunidad de crecimiento, se distingue que las mujeres están más interesadas en proyectos relacionados con alianzas estratégicas y los hombres con la adquisición de capital. Por otro lado, la mujer se siente más motivada en el trabajo por obtener reconocimiento y el hombre por salario.

Los empleados de PYMES comerciales reconocen diferencias entre hombres y mujeres que influyen en la productividad empresarial, en análisis de datos principalmente cuando se trata de identificación de problemas, en habilidades comunicativas cuando están

relacionados con la claridad en la comunicación verbal al presentar proyectos y en el clima laboral cuando hacen alusión a la actitud al desarrollar labores.

Se debe realizar un estudio posterior para identificar la percepción en la influencia de estas diferencias directamente con la productividad empresarial de los empleados de PYMES para lograr una convergencia de ambos estudios y brindar herramientas que potencialicen la productividad empresarial con temas ligados a la inteligencia de género.

Por otro lado, la investigación da pie a nuevas preguntas ligadas a las habilidades y capacidades ligadas a cada género que se relacionan con otro tipo de inteligencias como la espacial, lingüística, musical, naturalista, interpersonal, etc. Es de interés indagar acerca de la relación que existe entre ellas y la productividad empresarial de diferentes sectores empresariales, con lo anterior se podrán llegar a conclusiones más profundas que aumenten la productividad empresarial usando las diversas inteligencias en pro de mejorar estrategias que generen valor agregado a la organización y sector.

Referencias

- Annis, B. & Nesbitt, R. (2017). *Results at the top: Using gender intelligence to create breakthrough growth*. John Wiley & Sons.
- Annis, B. y Gray J. (1992). *Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus*. Librería Nacional. Ed. Océano de Colombia.
- Bartel, A. (1994). *Productivity Gains From the Implementation of Employee Training Programs*. *Industrial Relations A Journal of Economy and Society*, 33(4), 411-425.
- Bishop, J. (1994). *The Impact of Previous Training on Productivity and Wages, 161-200*.
En: Lisa M. Lynch, *Training and the Private Sector*. Chicago: NBER, University of Chicago Press,.
- Bohórquez, A.; Ballestas, C. & Morales, D. (2017). *Impacto De La Capacitación Del Personal en La Productividad Empresarial: Caso Hipermercado*. *Dimensión Empresarial*, 15(1), 89–102. <https://doi-org.cvvirtual.cesa.edu.co/10.15665/rde.v15i1.868>
- Briz, E. (2014). *Estudio de las destrezas expresivas de comunicación oral relevantes para el desempeño profesional: implicaciones sobre el currículo comunicativo*.
<https://kalindalamar.medium.com/existen-los-cerebros-femenino-y-masculino-qué-es-el-neurosexismo-f41f31daf880>
- Cámara de Comercio de Bogotá. *Las mipymes en Bogotá y la Región representan el 97 % del tejido empresarial*. Ccb.org.co. <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2021/Junio/Las-mipymes-en-Bogota-y-la-Region-representan-el-97-del-tejido-empresarial>

- Case, S., & Oetama, A. (2014). *Brain biology and gendered discourse: Brain biology*. *Psychologie Appliquee [Applied Psychology]*, 64(2), 338–378.
<https://doi.org/10.1111/apps.12040>
- Cataño, S & Gómez, N. (2014). *El concepto de teletrabajo aspectos para la seguridad y salud en el empleo*. Dialnet.uniroja.es.
<https://dialnet.uniroja.es/servlet/articulo?codigo=4804770>
- Centro Nacional de Productividad. (2008). *Medición de la productividad del valor agregado*. Cyta.com. <http://www.cyta.com.ar/ta0702/v7n2a3.htm>
- Choque, L. (2002). *Guía para mejorar la productividad en la Pyme*. Chile.
https://www.academia.edu/8555086/GUIA_PARA_MEJORAR_LA_PRODUCTIVIDAD_DE_LA_PEQUEÑA_Y_MEDIANA_EMPRESA_GUÍA_PARA_MEJORAR_LA_PRODUCTIVIDAD
- Ciencia. (2014). *Los hombres sí son de Marte y las mujeres de Venus*. Semana.com.
<https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/los-hombres-si-son-de-marte-las-mujeres-de-venus/403482-3/>
- Cobeta, I.; Núñez, F. & Fernández, S. (2013). *Patología de la voz*. Seorl.net.
<https://seorl.net/PDF/ponencias%20oficiales/2013%20Patolog%C3%ADa%20de%20la%20voz.pdf>
- Colmenares, O. (s.f). *MEDICION DE LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL*. Gestipolis.com. <https://www.gestipolis.com/wp-content/uploads/2007/07/medicion-de-la-productividad-empresarial.pdf>
- De la Cruz, G. (2014). *Bogotá es la sexta mejor ciudad para hacer negocios en Latinoamérica*. Observatorio de Desarrollo Económico.

<https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/competitividad/bogota-es-la-sexta-mejor-ciudad-para-hacer-negocios-en-latinoamerica>

Díaz, T. (s.f). *Inteligencia de género*. Excelsior.com.

<https://www.excelsior.com.mx/blog/una-vida-singular/inteligencia-de-genero/1293288>

Echavarrí, M., Godoy, C. & Olaz, F. (2007). *Diferencias de género en habilidades cognitivas y rendimiento académico en estudiantes universitarios*. *Universitas Psychologica*, 6(2), 319–329.

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672007000200011

Economía y Negocios. (Junio, 2019). *Bogotá se mantiene como la ciudad más competitiva en Colombia*. El tiempo.com. <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/las-ciudades-mas-competitivas-de-colombia-segun-indice-de-competitividad-de-ciudades-376748>

El Saliente. (Diciembre, 2018). *Habilidades comunicativas. Cómo mejorarlas en el trabajo*. ElSaliente.com. <https://elsaliente.com/habilidades-comunicativas-como-mejorarlas-en-el-trabajo/>

Estiballo, J & Zamora, M. (2002). *Un análisis sectorial-regional de la productividad del trabajo en España*. Cuadernos de Estudios Empresariales, Volumen 12, Páginas 27-48. Universidad de Alcalá, España.

Etecé. (2021). *Toma de Decisiones*. <https://concepto.de/toma-de-decisiones/>

- Fernández, R. (2019). *Equipos de alto rendimiento. Cómo la psicología aplicada mejora la productividad empresarial. Gestión Práctica de Riesgos Laborales*, 169, 13–27.
- Galvis, J. (2014). *Los hombres sí son de Marte y las mujeres de Venus*. Semana.com.
<https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/los-hombres-si-son-de-marte-las-mujeres-de-venus/403482-3/>
- García, L. & Valenzuela, M. (s.f). *Diversidad e Inclusión: oportunidades para las empresas*. Fundacionseres.org.
https://www.fundacionseres.org/Repositorio%20Archivos/Informes/190314_Diversidad_Inclusion_SERES_Talengo.pdf
- García, L. (2019). *Diversidad de género y productividad en el sector manufacturero de Colombia*. Recursos electrónicos CESA.
<http://cvirtual.cesa.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir01224a&AN=cesa.10726.4287&lang=es&site=eds-live>
- Gartzia, L., Aritzeta, A., Balluerka, N., & Barbera Heredia, E. Redalyc.org
<https://www.redalyc.org/pdf/167/16723135028.pdf>
- Gordillo, E. (2019). *Inteligencia de género para la escuela*. Las paradojas de la coeducación. Index.php/emomentum/article/view.
<http://35.161.26.73/index.php/emomentum/article/view/74>
- Grant, M. (2017). *La igualdad de género y la inclusión*. Gwp.org.
<https://www.gwp.org/globalassets/global/about-gwp/publications/gender/gender-action-piece-spanish.pdf>
- Gray, J., & Annis, B. (2016). *Work with Me: How gender intelligence can help you succeed at work and in life*. Piatkus Books.

- Hammond, C. (2013). *¿Realmente las mujeres hablan más que los hombres?*. BBC.
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131113_mitos_medicos_realmente_mujeres_hablan_mas_finde
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (s.f). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Ibañez, D. (2021). *Agropecuario y comercio son los sectores con las empresas de mayor rentabilidad*. La República. <https://www.larepublica.co/empresas/agropecuario-y-comercio-son-los-sectores-con-las-empresas-de-mayor-rentabilidad-3197978>
- Lamas, M. (2000). *Diferencias de sexo, género y diferencia sexual*. Redalyc.org.
<https://www.redalyc.org/pdf/351/35101807.pdf>
- Lemos, M. (2015) *¿Qué es la inteligencia?*. Eafit.edu.co.
<https://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/Paginas/que-es-la-inteligencia-inteligencias-multiples-fluida-psicologia.aspx>
- Lipman, J. (2018). *That's what she said: What men need to know (and women need to tell them) about working together*. HarperAudio.
- Londoño, J. (2017). *Área comercial y competitividad de la empresa sevenminds*.
 Dspace.tdea.edu.co.
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/457/AREA%20COMERCIAL%20Y%20COMPETITIVIDAD%20DE%20LA%20EMPRESA%20SEVENMINDS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Losada, E. (2019). *Qué importancia tiene la toma de decisiones para el desarrollo empresarial*. Repository.unimilitar.edu.co.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/21373/LosadaCamachoErikaHiomara2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Madrigal, Á. (Marzo, 2019). *Inteligencia de género: una visión más allá de la diferencia de sexos*. Altonivel.com. <https://www.altonivel.com.mx/opinion/inteligencia-de-genero-vision-diferencia-sexos/>
- Malgor, L.; Valsecia, M. (s.f). *Hormonas sexuales masculinas*. Med.unne.edu.ar. https://nuestroscursos.net/pluginfile.php/4629/mod_resource/content/1/Competencia_Toma_de_Decisiones.pdf
- Marin, K. (2019). *¿Existen los cerebros femenino y masculino? ¿Qué es el neurosexismo?*. <https://kalindalamar.medium.com/existen-los-cerebros-femenino-y-masculino-qué-es-el-neurosexismo-f41f31daf880>
- Morales, N. (Abril, 2021). *Las pequeñas ciudades que hoy se posicionan como atractivas para hacer negocios*. LaRepublica.co. <https://www.larepublica.co/especiales/mis-documentos-semana-santa-2021/las-pequenas-ciudades-que-hoy-se-posicionan-como-atractivas-para-hacer-negocios-3147780>
- Muñoz, B. (2016). *Liderazgo, Clima Organizacional y Productividad Empresarial*. Repository.urosario.edu.co.<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13137/MunozRamos-BetsyCamila-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pilligua, L., Artega, F. (2019). *El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/409659500007.pdf>
- Poole, M. (2006). *El clima laboral*. Factorhuma.org. https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8300/clima_laboral_cast.pdf
- Poole, M. (2006). *El Clima Laboral*. Unidad de Conocimiento. https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8300/clima_laboral_cast.pdf

- RAE.es. (s.f). *Género*. <https://dle.rae.es/género>
- RAE.es. (s.f). *Inteligencia*. <https://dle.rae.es/inteligencia>
- Salina, M.; Rodríguez, H. (2011). *Toma de Decisiones*. Nuestros cursos.net.
https://nuestros cursos.net/pluginfile.php/4629/mod_resource/content/1/Competencia_Toma_de_Decisiones.pdf
- Sánchez, G., Montenegro, A. (2019). *Teletrabajo una propuesta de innovación en productividad empresarial*. Dialnet.unirioja.es.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144041>
- Sanchez, M.; Fernández, P.; Montañés, J.; Latorre, Jose. (2008). *¿Es la inteligencia emocional una cuestión de género? Socialización de las competencias emocionales en hombres y mujeres y sus implicaciones*. Redalyc.org.
<https://www.redalyc.org/pdf/2931/293121924011.pdf>
- Shannon, L. (2018). *Gender Intelligence: The Work Place*. Everywoman.com.
<https://www.everywoman.com/sites/default/files/file/Sept%20workbook%20-%20gender%20intelligence.pdf>
- Soto, E. (2007). *Comportamiento Organizacional: Impacto en las emociones*. México: Thomson Learning.
- Suriá, R. (2011). *Psicología social (Sociología)*. Rua.ua.es.
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/14289/1/TEMA%205.%20ESTEREOTIPO%20Y%20PREJUICIOS..pdf>
- Tarín, C , Quirós J, García J Blázquez, et al. (2022). *La dimensión de género en la transformación digital empresarial de América Latina y el Caribe*. (págs. 53). Bogotá: BID.

Universa. (2021). *Las habilidades comunicativas más importantes en el trabajo.*

Universia.es. <https://www.universia.net/es/actualidad/actualidad.habilidades.las-habilidades-comunicativas-mas-importantes-en-el-trabajo.html>

Universia.net. (s.f). *Las habilidades comunicativas más importantes en el trabajo.*

<https://www.universia.net/es/actualidad/actualidad.habilidades.las-habilidades-comunicativas-mas-importantes-en-el-trabajo.html>

Universidad de Alicante. (s.f). *Funciones del departamento comercial | Carlos Martínez |*

Sirho Helmets | Máster en Dirección y Gestión de Empresas | Universidad de Alicante | MDE. Unniun.com. <https://www.unniun.com/funciones-del-departamento-comercial-carlos-martinez-sirho-helmets-master-en-direccion-y-gestion-de-empresas-universidad-de-alicante-mde/>

Vargas, L., Durán, C. & Méndez, J. (2016). *Innovación y Gestión del Conocimiento para el*

Incremento de la Productividad Empresarial. Memorias (0124-4361), 14(26), 1–41.
<https://doi-org.cvirtual.cesa.edu.co/10.16925/me.v14i26.1571>

Zárate, R., Rey, F., Prada, R. & Acosta, J. (no publicado). *Diferencias Basadas en la*

Personalidad en el estilo de Liderazgo de los hombres y de las mujeres.

ANEXOS

Encuesta Inteligencia de Género

La siguiente encuesta es de carácter académico, las respuestas serán utilizadas para la realización de nuestro trabajo de grado.

El objetivo de este trabajo es determinar en qué medida los empleados cisgénero de PYMES del sector comercial perciben que existen diferencias

entre hombres y mujeres que influyen en el incremento de la productividad empresarial.

Esta encuesta no le tomará más de 5 minutos.

 [magabrielal00@gmail.com](#) (no compartidos)

[Cambiar de cuenta](#)



***Obligatorio**

¿En qué rango de edad se encuentra? *

- a. 18 a 24 años
- b. 25 a 34 años
- c. 35 a 44 años
- d. 45 a 54 años
- e. Más de 54

¿Usted con qué género se identifica?

- a. Femenino
- b. Masculino
- c. No binario

¿Cuál fue su sexo asignado al nacer?

- a. Hombre
- b. Mujer

¿En qué área se encuentra trabajando actualmente?

- a. Dirección y Administrativo
- b. Recursos Humanos
- c. Producción y Logística
- d. Ventas y Marketing
- e. Finanzas y Contabilidad

¿Qué género cree usted que suele ser más crítico a la hora de analizar las tendencias del mercado actual?

- a. Femenino
- b. Masculino
- c. No encuentro diferencias

Las mujeres perciben problemas empresariales con mayor facilidad cuando son temas de:

- a. Finanzas
- b. Impacto ambiental
- c. Acoso laboral
- d. Fraudes

Los hombres perciben problemas empresariales con mayor facilidad cuando son temas de:

- a. Finanzas
- b. Impacto ambiental
- c. Acoso laboral
- d. Fraudes

¿Qué capacidad prima en las mujeres a la hora de trabajar?

- a. Capacidad de relacionarse
- b. Capacidad de innovación y creatividad
- c. Capacidad de comunicación

¿Qué capacidad prima en los hombres a la hora de trabajar?

- a. Capacidad de relacionarse
- b. Capacidad de innovación y creatividad
- c. Capacidad de comunicación

¿Qué característica sobresale en las mujeres en las reuniones empresariales?

- a. Buen tono de voz
- b. Buena vocalización
- c. Manejo de la respiración al hablar
- d. Fluidez

¿Qué característica sobresale en los hombres en las reuniones empresariales?

- a. Buen tono de voz
- b. Buena vocalización
- c. Manejo de la respiración al hablar
- d. Fluidez

¿Qué género es mejor percibiendo sentimientos en reuniones empresariales ?

- a. Femenino
- b. Masculino
- c. No encuentro diferencias

Seleccione su nivel de satisfacción con la siguiente afirmación:

"Es más fácil identificar en una mujer que en un hombre cuando escucha algo y no está de acuerdo con alguna propuesta por su expresión facial"

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

Las mujeres suelen preferir un trabajo por:

- a. Equipo de trabajo (Clima laboral)
- b. Oportunidad de crecimiento
- c. Su valor en la compañía

Los hombres suelen preferir un trabajo por:

- a. Equipo de trabajo (Clima laboral)
- b. Oportunidad de crecimiento
- c. Su valor en la compañía

Las mujeres están más interesadas en proyectos relacionados con:

- a. Labor social
- b. Compromiso con el medio ambiente
- c. Alianzas estratégicas
- d. Adquisición de capital

Los hombres están más interesados en proyectos relacionados con:

- a. Labor social
- b. Compromiso con el medio ambiente
- c. Alianzas estratégicas
- d. Adquisición de capital

¿Cuál es la principal razón por la que las mujeres se sienten motivadas en el trabajo?

- a. Salario
- b. Mérito propio
- c. Poder- Cargo
- d. Reconocimiento

¿Cuál es la principal razón por la que los hombres se sienten motivados en el trabajo?

- a. Salario
- b. Mérito propio
- c. Poder- Cargo
- d. Reconocimiento

Anexo 2. Resultados de la encuesta

Archivo adjunto: Anexo Resultados Encuesta