UCAB

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES (INDUSTRIÓLOGO)

DESIGUALDAD EN FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS Y LABORALES EN GERENTES HOMBRES Y MUJERES DEL SECTOR RETAIL EN CARACAS, 2019.

Realizado por:

Pereira Adames, Katherine.

Simosa Kovacs, Ildiko Alejandra.

Profesor guía: Hilda Ruiz.

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la Calificación de: Diecinueve (19 puntos.

Nombre: Hilda Ruiz Firma:

Nombre: Maike Lara Firma:

Nombre: Antonio Suarez Firma:

Caracas 07 de Junio de 2019

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Ciencias Sociales
Relaciones Industriales

TRABAJO DE GRADO

DESIGUALDAD EN FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS Y LABORALES EN GERENTES HOMBRES Y MUJERES DEL SECTOR RETAIL EN CARACAS, 2019.

Tesistas: Pereira Adames, Katherine.
Simosa Kovacs, Ildiko Alejandra.

Tutor: Hilda Ruiz.

Caracas, Abril 2019

DEDICATORIA

Este, mi trabajo de grado lo dedico

A mis padres, Rosa Ángela Adames y Richard Pereira, quienes me ayudaron a obtener este mi gran logro, sin ustedes, sin su apoyo y perseverancia, no lo hubiera podido conseguir, gracias por sus incansables consejos, sus mensajes de aliento sobre todo infinitas gracias por enseñarme a nunca rendirme y que con perseverancia y amor puedo conseguir cualquier cosa que me proponga; en especial, gracias mami por tu constancia y dedicación, sobre todo gracias por tu paciencia en esos momentos que todo parecía negro.

A mi hermana, mi peque del alma, esa persona que siempre ha estado incondicional para mí en todo momento, a pesar de la distancia sigues acompañándome, aconsejándome y apoyándome en cada una de mis decisiones, confiando en que lograré alcanzar cada una de mis metas.

A todos aquellos que me apoyaron desde el inicio de mi vida universitaria, esas personas que no dejaron de creer en mí ni un instante, los que me alentaron a seguir adelante, porque sabían que yo podía lograrlo, gracias de todo corazón.

Por último pero no menos importante gracias a mi alma mater mi Universidad amada, en la cual aprendí, crecí, viví las mejores experiencias y encontré a los mejores amigos que se pueden pedir, aquellos que durarán para toda la vida.

Katherine Pereira Adames.

Dedico mi trabajo de grado

A Dios, por acompañarme, por guiarme en todo momento y darme la dicha de tener unos padres tan maravillosos, amorosos, únicos y especiales.

A mis padres, Ildiko Kovacs y Jorge Simosa por brindarme todo su apoyo, por enseñarme a ser una persona de bien, por su amor incondicional, por siempre confiar en mí, por su dedicación, por su paciencia, por acompañarme en todo momento, por sus consejos, por su ayuda y palabras de aliento. Ustedes me enseñaron que en la vida todo se logra con humildad, esfuerzo y con mucho amor.

Mis gorditos este logro es para ustedes. Son el pilar fundamental en mi vida y mi mayor ejemplo a seguir, los amo.

Muchísimas Gracias por todo.

A mis amigos y a cada una de las personas que formaron parte de este logro tan importante.

A mi querida UCAB, que me permitió crecer, estudiar, aprender y conocer a personas muy especiales que me acompañaron en este camino.

Ildiko Alejandra Simosa Kovacs.

AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias, por su apoyo incondicional y sus grandes enseñanzas las cuales fueron un pilar fundamental al momento de realizar este estudio, gracias por brindarnos la enorme oportunidad de estudiar en una universidad tan prestigiosa como lo es la UCAB, a pesar de los sacrificios que esto representaba para ustedes.

A la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), gracias por prestarnos tus instalaciones para convertirnos en profesionales de calidad, enseñándonos integridad y la mejor manera de vivir nuestras vidas tanto personal como laboral, demostrando cada día que los ucabistas lo dan todo en cualquier momento teniendo como objetivo principal el beneficio de todos los involucrados.

A nuestra tutora Hilda Ruiz, gracias por aceptar ser nuestra guía en esta etapa tan importante de nuestras vidas, bríndanos tu orientación y acompañamiento en todo momento, gracias por tu disposición y excelentes consejos, los cuales lograron la realización de nuestro sueño. ¡Gracias Infinitas!

A las mujeres y hombres pertenecientes al sector retail, gracias por apoyar la realización de este estudio, su aporte, tiempo e interés hicieron posible la elaboración de este Trabajo Grado.

A nuestros amigos, gracias por ser ese pilar importante en nuestras vidas brindando su valiosa amistad, consejos, apoyo y aguante en todo momento, gracias a todos tanto a los que nos dio la universidad como a los que no. Por otro lado, queremos agradecer a todas las personas que contribuyeron de una u otra manera a la realización exitosa de este, nuestro Trabajo de Grado.

¡Infinitas Gracias!

Katherine Pereira y Alejandra Simosa.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA 3
AGRADECIMIENTOS 5
ÍNDICE GENERAL 6
ÍNDICE DE TABLAS 8
ÍNDICE DE GRÁFICOS 9
RESUMEN 10
INTRODUCCIÓN 11
CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 13
CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO 21
1. Organización: 21
1.1. El Talento Humano: 22
2. Desigualdad entre Hombres y Mujeres 24
2.1. Teoría de Trayectorias generacionales 28
2.2. Desigualdad en el Ámbito Laboral 30
3. La segregación ocupacional 32
4. Techo de Cristal 35
5. Sector Retail: 38
CAPÍTULO III
MARCO REFERENCIAL 41
Empresa A 41
Misión 41
Visión 41
Valores 41
Empresa B 42
Misión 42
Visión 42
Valores 42
CAPÍTULO IV
MARCO METODOLÓGICO 43
1. Diseño y tipo de investigación 43

2. Unidad de análisis, población y muestra 44
a) Unidad de análisis 44
b) Población 44
c) Muestra 45
3. Variables del estudio 47
4. Técnica de Recolección de Datos 52
5. Proceso de Recolección de los Datos 54
CAPÍTULO V
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS 56
Parte I: Análisis Descriptivos de los Factores Sociodemográficos de la Muestra Total del Sector Retail. 57
a) Edad Cronológica 63
b) Estado Civil 64
c) Número de hijos 65
d) Nivel Educativo 66
e) Profesión 67
Parte II: Análisis Descriptivos de los Factores Laborales de la Muestra Total del Sector Retail. 68
a) Cargo Actual 82
b) Antigüedad en la Empresa 83
c) Horas trabajadas diariamente 84
d) Años de experiencia laboral 85
e) Tiempo de la Última Promoción 86
f) Cargos Ocupados en los Últimos 10 años 87
g) Duración en otros Cargos Gerenciales 88
h) Salario Mensual 90
i) Beneficios Recibidos 93
CAPÍTULO VI
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS 97
CAPÍTULO VII
CONCLUSIONES 102
RECOMENDACIONES 106
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 107
ANEXOS
Anexo A: Encuesta para la Recolección de Datos. 115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Distribución de la Población por Empresa. 45
Tabla N° 2: Distribución de la Muestra por Empresa. 47
Tabla N° 3: Tabla de Conceptualización de los distintos indicadores. 48
Tabla N° 4: Operacionalización de las variables. 50
Tabla N° 5: Alfa de Cronbach. 53
Tabla N° 6: Dimensión Sociodemográfica Sexo y Edad. 57
Tabla N° 7: Dimensión Sociodemográfica Sexo, Estado Civil, Número de Hijos y Nivel Educativo. 59
Tabla N° 8: Dimensión Sociodemográfica Sexo, Profesión y Nivel Educativo. 61
Tabla N° 9: Edad Cronológica de la Muestra por Empresa. 63
Tabla N° 10: Estado Civil de la Muestra por Empresa. 64
Tabla N° 11: Número de Hijos de la Muestra por Empresa. 65
Tabla N° 12: Nivel Educativo de la Muestra por Empresa. 66
Tabla N° 13: Profesión Según el Sexo de la Muestra por Empresa. 67
Tabla N° 14: Distribución Muestral General según Antigüedad, Duración del Cargo Actual y Sexo, dentro de las empresas estudiadas. 69
Tabla N° 15: Distribución Muestral General Según Años de Experiencia, Última Promoción y Sexo. 72
Tabla N° 16: Distribución Muestral General según Cargos Ocupados en 10 años, Años en diferentes Cargos Gerenciales y Sexo. 74
Tabla N° 17: Distribución Muestral General según Salario Mensual. 76
Tabla N° 18: Promedio Salarial de la Muestra General. 78
Tabla N° 19: Distribución General de la Muestra Final según los Beneficios Recibidos... 79
Tabla N° 20: Duración en el Cargo Actual de la Muestra por Empresa. 82
Tabla N° 21: Antigüedad de la Muestra por Empresa. 83
Tabla N° 22: Horas Trabajadas Diariamente de la Muestra por Empresa. 84
Tabla N° 23: Años de Experiencia Laboral de la Muestra por Empresa. 85
Tabla N° 24: Tiempo de la Última Promoción de la Muestra por Empresa. 86
Tabla N° 25: Cargos Ocupados en los Últimos 10 Años de la Muestra por Empresa. 87
Tabla N° 26: Duración en Otros Cargos Gerenciales de la Muestra por Empresa. 88
Tabla N° 27: Salario Mensual de la Muestra por Empresa. 90
Tabla N° 29: Beneficios Recibidos de la Muestra por Empresa. 93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Distribución General de la Muestra Final según Antigüedad y Sexo, dentro de las Empresas Estudiadas. 70

Gráfico N° 2: Distribución General de la Muestra Final según Hora Trabajadas y Sexo, dentro de las empresas estudiadas. 71

Gráfico N° 3: Distribución General de la Muestra Final según la Cantidad de Cargos Ocupados en 10 años y Sexo. 75

Gráfico N° 4: Distribución General de la Muestra Final según los Beneficios Recibidos.. 80

RESUMEN

La desigualdad laboral en nuestra sociedad es una situación que se viene dando durante toda nuestra historia, aunque a partir de los últimos años se considera que una de las principales preocupaciones de la población es la falta de accesibilidad y calidad de empleo (Lavado-Montejo, 2017). El presente trabajo de grado tiene como finalidad determinar los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019. Tomando como base la variable desigualdad en condiciones sociodemográficas y laborales de gerentes hombres y mujeres, se realizó una revisión documental, la cual tuvo como punto focal conocer el entorno histórico del mercado laboral, especialmente la vida laboral de la mujer. Para dar respuesta al objetivo antes mencionado, se realizó una investigación cuantitativa de tipo descriptivo-transversal, con un diseño no experimental, cuya unidad de análisis fueron las mujeres y hombres ocupantes de cargos gerenciales de las áreas administrativas, adscritos a dos (2) empresas del sector retail, se utilizó el muestreo probabilístico para determinar la muestra final del estudio. Con el fin de medir los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres, se utilizó como técnica la encuesta, con el propósito de recabar la información, la cual fue una adaptación al instrumento utilizado por Añor y González (2017). Los datos recabados fueron procesados con el programa estadístico SPSS y analizados por medio del uso de los estadísticos descriptivos, de igual forma, se realizó una diferencia de medias entre los datos de los gerentes hombres y mujeres, para posteriormente presentar los resultados obtenidos. Al concluir el análisis de los resultados, se realizó la comparación entre ambas empresas a fin de determinar la existencia o ausencia de la teoría del “techo de cristal”. La investigación demostró que, en ésta muestra las gerentes mujeres no se encontraron en situaciones de desigualdad laboral, por el contrario, se evidenció una mejoría en las condiciones laborales de las gerentes femeninas.

Palabras claves: Desigualdad - techo de cristal - factores sociodemográficos - factores laborales - cargos gerenciales.

INTRODUCCIÓN

Al hablar de la desigualdad, la UNESCO (2014b) lleva a cabo un estudio en el cual encontró que "durante los últimos cincuenta años se han realizado considerables mejoras e inversiones para reducir las disparidades tanto entre las mujeres y los hombres" (p.106); en dicho estudio, la organización se centró principalmente en el empoderamiento de las mujeres y las niñas, considerando los efectos externos resultantes de la eliminación de las desigualdades y discriminaciones por motivos de sexo. Dando a conocer que la desigualdad de género es un factor que obstaculiza el desarrollo humano.

En Venezuela actualmente existe una variedad de estudios previos con respecto a este tema, en particular este proyecto sigue las recomendaciones de tesis realizadas con anterioridad por estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, las cuales esperamos enriquecer con esta investigación, agregando una nueva área, como lo es el sector económico retail en Venezuela.

La presente investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera: el capítulo I, presenta la formulación del planteamiento del problema, el cual se enfoca en investigaciones previas sobre el tema a estudiar, justificando el motivo por el cual se realizó dicha investigación. Adicionalmente, se observará la pregunta central de la investigación, objetivo general y objetivos específicos planteados.

El capítulo II, está constituido por el marco teórico, donde se exponen y analizan con mayor profundidad los conceptos y diversas teorías necesarias para comprender la temática que se aborda en la investigación. El capítulo III, es un apartado dedicado al marco referencial, en el cual se describe cada una de las empresas del sector retail que serán objeto de estudio en esta investigación, indicando su origen, misión, visión y valores. Este estudio contó con el apoyo de dos supermercados, pero por motivos de confiabilidad no serán revelados los nombres de estas empresas.

El capítulo IV, hace referencia al marco metodológico, dentro de este se desarrolló completamente aquellos aspectos referentes al diseño y tipo de investigación, definición de la variable y sus dimensiones, población, muestra y unidad de análisis. Adicionalmente, se plantea en profundidad la operacionalización de las variables y las técnicas utilizadas para la recolección, procesamiento y análisis de datos, de igual modo se desarrollarán las

herramientas utilizadas para la obtención y análisis de los datos utilizados a fin de dar respuesta a la pregunta y objetivos planteados.

El capítulo V, contiene cada uno de los análisis realizados junto a sus respectivos resultados, los cuales fueron obtenidos con el instrumento de recolección. Adicionalmente, se explica a través de gráficos y tablas cada una de las variables y las empresas estudiadas mediante una correlación. Para realizar este análisis, se utilizó el programa estadístico SPSS.

El capítulo VI, comprende la discusión de los resultados, presentado así el análisis con respecto al contraste de las teorías expuestas anteriormente y los resultados alcanzados en el estudio, a fin de relacionar ambos aspectos.

El capítulo VII, abarca aspectos relacionados a las conclusiones alcanzadas por las investigadoras, en dicho capítulo se dará a conocer si los resultados obtenidos dieron respuesta a la pregunta y a los objetivos iniciales de la presente investigación. Adicionalmente se presentarán las recomendaciones presentadas por las investigadoras, a fin de realizar aportes o nuevas oportunidades de estudio para futuras investigaciones.

Para concluir, se presentarán las referencias bibliográficas utilizadas en la elaboración del presente Trabajo de Grado; de igual manera se expondrán los anexos, en los cuales se presentara el instrumento utilizado en este estudio.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad la sociedad está constituida por un conjunto de organizaciones, que buscan avanzar en el mercado laboral por medio del talento humano activo teniendo como objetivo desarrollar ventajas competitivas sobre sus rivales; de este modo Velázquez (2007) menciona que "la organización es un sistema de roles y relacionamientos con una finalidad, la cual se alcanza mediante procesos coordinados en una estructura que propicia la emergencia de atributos necesarios para actuar en un entorno" (p.133). Los roles y relacionamientos mencionados por Velázquez, son adoptados por el talento humano existente dentro de la organización, de esta forma, Lozano Correa (2007) asegura que "el concepto de talento humano, es integral, donde la interacción de las habilidades de una persona, sus características innatas, sus conocimientos, experiencias, inteligencia, pericia, actitud, carácter e iniciativa constituyen las competencias para aprender y desarrollarse en diferentes contextos" (p.149).

Al hablar de organización y de talento humano es importante que el lector tenga presente el concepto de trabajo decente.

La OIT (2006) define el trabajo decente como:

> Un trabajo productivo y remunerado para hombres y mujeres. Para las mujeres eso supone, al mismo tiempo, a) aumentar sus posibilidades de acceso al trabajo remunerado y oportunidades de generación de ingreso; b) disminuir la invisibilidad del trabajo realizado en diversas esferas no reconocidas en tanto tal; c) mejorar la calidad de sus empleos (p.16).

Esto se refiere a que el trabajo decente además de proveer un sustento monetario debe asegurar la equidad para hombres y mujeres, de acuerdo a esto la OIT (2006) menciona que:

> La noción de equidad es un elemento central en la Agenda de Trabajo Decente y hace referencia a las diversas formas de desigualdad y exclusión que afectan a los grupos humanos en la sociedad, basadas tanto en el sexo como en el origen y condiciones socioeconómicas, raza, etnia, nacionalidad, opciones políticas y religiosas, entre otras. Para la

> consecución de ese objetivo debe otorgarse a las mujeres trabajadoras una especial atención, ya que ellas están en desventaja en muchos aspectos (p.15).

Esto significa según la OIT (2006) que "el concepto de trabajo decente comprende también un trabajo libre de cualquier discriminación o desigualdad".

En este sentido, el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo INADI (s,fc) explica que:

> el acceso al trabajo es una herramienta indispensable para la inclusión y la generación de bienestar social, en una realidad en la cual el mercado es el gran regulador de la mayoría de los intercambios entre las personas. El trabajo constituye un derecho que otorga sentido de pertenencia y de ciudadanía, al tiempo que permite desarrollar las potencialidades de las personas en los ámbitos productivos (p.21).

Desde la perspectiva más general definir la desigualdad no es tarea fácil, ni puede emplearse meramente el concepto de clase social o la división entre ricos y pobres. La primera dificultad estriba en que se trata de una noción puramente relacional y multidimensional. En segundo lugar, es un concepto en el cual se habla de referentes precisos en relación con los cuales calibrar su mayor o menor incidencia, es decir, una unidad de medida; por esta razón también es multidimensional, dando como resultado que su abordaje como problema complejo demande el análisis de disciplinas tan distintas en apariencia pero en al mismo tiempo tan parecidas entre sí como: como la matemática y la biología, la ética y la economía, la teoría social y la ciencia jurídica (Lo Monaco, 2015, p.33).

Siguiendo esta idea, se observó que la discriminación es percibida como cualquier distinción, exclusión o preferencia basada por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social, que tenga por objeto cancelar cualquier igualdad de oportunidades en el trabajo (Castro-Castro, 2001). En cambio, la ONU (2010) al hablar de desigualdad de género, menciona que esta sigue permaneciendo en la sociedad actual, debido a que las mujeres a pesar de estar ingresando al mundo laboral, no cuentan con las mismas oportunidades que los hombres para conseguir un trabajo que les permita demostrar el potencial que estas poseen al ocupar un cargo de mayor jerarquía.

Wirth (2002); c/p. Agust Nieto y Martín Hernández, (2007) afirma que: “En términos globales, las mujeres de todo el mundo se han ido introduciendo de forma constante en profesiones, ocupaciones e incluso en empleos con cargos directivos, que anteriormente estaban reservados a los hombres” (p.202), es decir, la mujer se ha ido incorporando al mercado laboral, rompiendo todos los esquemas culturales en los cuales se venía trabajando anteriormente, demostrando que puede existir un balance entre vida y trabajo.

En este mismo orden de ideas, Matteo (2012) afirma que:

> En la división del trabajo se le ha atribuido a la mujer un papel reproductivo y doméstico, mientras que al hombre se le ubica en una esfera productiva y fuera del hogar; estas consideraciones en la sociedad actual están presentando algunos cambios, pues el rol de la mujer en el mercado laboral se está viendo enriquecido por su capacitación y desarrollo profesional (p.40).

Adicionalmente Matteo (2012) al referirse al mercado venezolano afirma que:

> En el medio gerencial venezolano la participación de las mujeres en cargos de poder es una tendencia en expansión que demuestra su avance en el mercado laboral, y configura nuevos espacios de relaciones sociales. Se destacan por sus competencias y estilos de liderazgo que marcan similitudes y diferencias con sus pares masculinos, y establecen ventajas y desventajas para el desarrollo de sus carreras en la organización (p.39).

Es importante destacar que Matteo (2012) busca explicar brevemente que el momento en el cual la mujer dejó a un lado su papel reproductivo y doméstico, demostró que era realmente capaz de enriquecer al mercado laboral por medio de su capacitación y su desarrollo profesional, además, con ayuda de las nuevas tecnologías se presenta un escenario totalmente amplio y nuevo para la mujer, permitiéndole alcanzar la satisfacción de lograr una compatibilidad entre su trabajo reproductivo y el trabajo remunerado, otorgándole la posibilidad de tener lo mejor de ambos mundos. Por ello el autor, da a conocer que el mercado laboral venezolano está en la búsqueda de nuevas relaciones sociales, teniendo en cuenta que la mujer se puede destacar por sus competencias y estilos de liderazgos únicos, creando una gran ventaja para este género en su desarrollo profesional.

La OIT (2015) da a conocer que, en el último decenio, se ha incrementado la participación de la mujer en los cargos gerenciales, esto se debe a un cambio importante en el nivel educativo y la diversificación de esferas que cuentan con mujeres calificadas para ocupar estos cargos utilizando un nivel de gestión igual o superior que los hombres ocupantes de dichos puestos gerenciales.

Siguiendo esta idea, Autores como Barberá-Heredia, Ramos, Sarrió y Candela (2002) mencionan que "la situación socio-laboral de las mujeres está, hoy por hoy, tan diversificada que se puede afirmar que las diferencias existentes entre distintos grupos de mujeres —privilegiadas versus no privilegiadas— son mayores que las que puede haber entre hombres y mujeres que ocupan posiciones profesionales con estatus elevado" (p.56).

Para contrastar lo mencionado anteriormente, Buttner (2001) y Matteo (2012) en sus diferentes investigaciones buscaron explicar cómo los roles tanto de la mujer como del hombre han cambiado, es decir, esos estereotipos establecidos por una sociedad y por una cultura anticuada se están viendo modificados, esto se ve reflejado en el papel que tiene la mujer en el mercado laboral, logrando crecer profesionalmente y a su vez obtener una gratificación monetaria, el cual se observa por su crecimiento profesional, a esto se le suma la globalización de las empresas y las nuevas condiciones de trabajos y tecnologías, que le permiten a la mujer obtener gratificación monetaria y al mismo tiempo fortalecer su entorno personal.

En cualquier sociedad concreta el observador encontrará que existen desigualdades en múltiples ámbitos, especialmente en el mercado laboral, esto es consecuencia del fuerte problema que se ha presentado desde hace años, por causas como: la cultura, la sociedad o por las ideas erróneas de los roles de cada persona dentro de la sociedad, entre otras.

Debido a esto, es importante mencionar que la UNESCO (2014a) explica que:

> La igualdad de género ha sido ampliamente reconocida como un objetivo principal de desarrollo y un derecho humano. Durante las cuatro décadas pasadas, ha habido un progreso significativo en materia de esfuerzos internacionales para promover a las mujeres como actoras empoderadas en el desarrollo, mientras que, al mismo tiempo, se ha asegurado que hombres y niños se involucren en los esfuerzos para reducir las brechas de género en cuanto a oportunidades y derechos (p.14).

Uno de los indicadores sobre igualdad entre hombres y mujeres que se manejan hoy, es la participación de la población femenina en el mercado laboral. Afinando la mirada nos encontramos con una serie de desigualdades como: tasas de paro feminizadas, condiciones laborales más precarias, brecha salarial y el techo de cristal que les impiden acceder a puestos de responsabilidad y dirección (MISSEN por la igualdad, 2017, parra.1).

A causa de esto, al investigar el mercado laboral y la desigualdad entre hombre y mujeres, se encontró que, a pesar de hablar de una presunta existencia de desigualdad en el ámbito laboral, la OIT (2015) explica que "pese al creciente número de nombramientos de mujeres para cargos de dirección destacados, así como presidentes de empresas en el mundo, la actual escasez de mujeres en la cúspide confirma que el "techo de cristal" sigue intacto" (p.13).

> Se denomina 'Techo de Cristal' a una superficie superior invisible en la carrera laboral de las mujeres, difícil de traspasar y que les impide seguir avanzando. Su invisibilidad está dada por el hecho de que no existen leyes ni dispositivos sociales establecidos, ni códigos visibles que impongan a las mujeres semejante limitación, sino que está construido sobre la base de otros rasgos que, por ser invisibles, son difíciles de detectar (Burin, 1996, p.79)

El tema de desigualdad al igual que el techo de cristal ha sido estudiado en investigaciones pasadas, algunas de las autoras que hablan sobre estos tema son Añor y González, las cuales realizaron un trabajo de grado sobre la **Desigualdad de Género en Cargos Gerenciales de tres Empresas del sector Manufacturero del Área Metropolitana, año 2017**, en el cual se planteó una investigación de tipo descriptivo-transaccional, con el fin de contextualizar y operacionalizar la variable "desigualdad de género". En la misma encontraron que en el sector manufacturero a pesar de los avances logrados por la mujer, se puede afirmar que existe una situación de desigualdad laboral en aspectos tales como: edad, situación conyugal, número de hijos, nivel educativo, tiempo de la última promoción, horas trabajadas y salarios (Añor y González, 2017).

A pesar de los resultados obtenidos en la investigación anterior en la cual sí se encontraron factores de desigualdad en el sector manufacturero, no significa que este fenómeno siga presente en todos los ámbitos del sector económico, un ejemplo donde se observa una mejora, es la investigación de las autoras Martínez y Paolino, las cuales realizaron un trabajo de grado sobre las **Barreras en el Mundo Laboral: Género y**

Acceso a Cargo Gerenciales en tres Entidades del Sector, año 2016, esta investigación fue realizada en tres instituciones bancarias y tuvo como fin explorar cuáles son los factores que inciden en la presencia de hombres y mujeres en los cargos gerenciales. Al concluir y analizar los resultados, se logró una comparación entre las tres empresas y se consiguió determinar la ausencia de la "teoría del techo de cristal" en las entidades bancarias estudiadas (Martínez y Paolino, 2016). Es decir, estas autoras evidenciaron que el sector bancario es unos de los sectores que ha logrado superar estas barreras invisibles que le impide a la mujer ascender en sus carreras.

Al ser la desigualdad entre hombres y mujeres un tema que actualmente se puede o no presentar en el mercado laboral, se tuvo como iniciativa la investigación de otro sector económico, a fin de obtener una tercera opinión sobre el tema; para la realización de esta investigación se decidió tomar como base las dos investigaciones previamente presentadas, con el propósito de profundizar en el sector retail, el cual se identifica por ser un sector totalmente diferente al bancario o el manufacturero, trayendo como consecuencia otro punto de vista dentro del sector económico.

Por otro lado, se debe tener en cuenta que Álvarez (2013) plantea que el retail "es cualquier comercio que vende sus productos al consumidor final, desde un supermercado hasta una tienda de barrio, desde un negocio de electrodomésticos a una franquicia textil, ya sea con cientos de puntos de venta o con un solo establecimiento" (p.17).

En consecuencia, como se mencionó con anterioridad, esta investigación tuvo como objeto el estudio del sector retail, en dos (2) establecimientos de dicho sector, los cuales entraron en la categoría de supermercados ya que son considerados negocios dedicados a la venta de productos de consumo al por menor como alimentos y bebidas, de igual modo proporcionan al cliente un sistema de autoservicio. La operacionalización que se utilizó en esta investigación, fue una adaptación al instrumento utilizado en la investigación ejecutada en el sector manufacturero, la cual tuvo por nombre **Desigualdad de Género en Cargos Gerenciales de tres Empresas del sector Manufacturero del Área Metropolitana** realizada por Añor y González, en el año 2017.

Una vez revisada la literatura existente sobre la desigualdad entre hombres y mujeres y entendiendo la importancia de conocer sobre este tema, surgió la duda en las investigadoras de saber si dicho fenómeno es observado y presentado de alguna manera en

el sector retail, el cual busca estar compuesto por personas con una buena comunicación y orientación al cliente, debido a esto, se desea dar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Cuáles son los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019?.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

Determinar los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019.

Objetivos específicos:

- Establecer los factores sociodemográficos que inciden en la desigualdad entre hombres y mujeres en los cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail, ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019.

- Establecer los factores laborales que pueden determinar la presencia de desigualdad entre hombres y mujeres en los cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail, ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El capítulo que se presenta a continuación busca explicar por medio de referencias bibliográficas diferentes enfoques teóricos, entre los cuales se conocerán diversos tópicos como la contextualización de la historia de la mujer dentro del mercado laboral. En este apartado además de hablar sobre la desigualdad entre hombres y mujeres como tema principal también se dedicará un espacio a la desigualdad que se ha presentado a lo largo del tiempo entre las mujeres y los hombres, evidenciando los aspectos positivos que ocasionó la presencia de la mujer dentro de la empresa; otros puntos serán la segregación ocupacional, el techo de cristal y el sector retail, todo esto con el fin de situar al lector en el tipo de sector a estudiar.

Para iniciar con estas definiciones lo principal es darle al lector las herramientas necesarias para enfocarlo dentro del tema, es por esto que se debe aclarar distintas definiciones tales como: organización y el talento humano como activo principal de las empresas.

1. Organización:

Según Agustín Reyes Ponce (2007) una organización es:

> La estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados (p.277).

Adicionalmente, Robbins y Judge (2013) definen a la organización como “una unidad social coordinada en forma consciente, que incluye a dos o más personas, y que funciona con relativa continuidad para lograr una meta común o un conjunto de ellas” (p.5).

Por otra parte, Chiavenato (2009) menciona que las organizaciones están “constituidas por personas y dependen de ellas para alcanzar sus objetivos y cumplir sus

misiones. Y para las personas constituyen el medio que les permitirá alcanzar diversos objetivos personales, con un costo mínimo de tiempo, esfuerzo y dificultad" (p.5).

Al tener claro lo que significa una organización, es necesario que se tome en cuenta que "la organización es un sistema de roles y relacionamientos con una finalidad, la cual se alcanza mediante procesos coordinados en una estructura que propicia la emergencia de atributos necesarios para actuar en un entorno" (Velásquez, 2007, p.133).

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, es importante mencionar que dentro de una organización las personas buscan personalizar distintos roles, es por esto, que se encuentran en la constante búsqueda de agruparse con personas que compartan aspectos como: familia, iglesia, nuevas oportunidades dentro de ésta, entre otras. Dichos roles son "designaciones o compromisos, llevados a la acción por personas, las relaciones son producto de la comunicación, del diálogo o de una conversación, los procesos y su estructura responden a acuerdos implícitos o explícitos de operación" (Flores, 1996b:11; c/p. Velásquez, 2007, p.133).

1.1. El Talento Humano:

Es importante destacar que las personas son el recurso más importante que tienen las organizaciones; en este sentido Chiavenato (2009) considera que "las personas constituyen el principal activo de la organización y de ahí la necesidad de que las empresas sean más conscientes de sus trabajadores y les presten más atención" (p.11).

A su vez, Chiavenato (2009) menciona que "un talento es siempre un tipo especial de persona. Y no siempre toda persona es un talento. Para ser talento, la persona debe poseer algún diferencial competitivo que la valore" (p.49). El autor busca dar a conocer que, cada persona debe tener ciertas características diferenciables del resto para generar valor dentro de las organizaciones.

Adicionalmente, Chiavenato (2009) destaca que:

> Hoy en día el talento incluye cuatro aspectos esenciales para la competencia individual:

1. Conocimiento: Se trata del saber. Constituye el resultado de aprender a aprender, de forma continua, dado que el conocimiento es la moneda más valiosa del siglo XXI.

2. Habilidad: Se trata de saber hacer. Significa utilizar y aplicar el conocimiento, ya sea para resolver problemas o situaciones, crear e innovar.

3. Juicio: Se trata de saber analizar la situación y el contexto. Significa saber obtener datos e información, tener espíritu crítico, juzgar los hechos, ponderar con equilibrio y definir prioridades.

4. Actitud: Se trata de saber hacer que ocurra. La actitud emprendedora permite alcanzar y superar metas, asumir riesgos, actuar como agente de cambio, agregar valor, llegar a la excelencia y enfocarse en los resultados. (p.49).

Por otra parte, Alles (2010) asegura que "El talento humano se entiende como una combinación o mixtura de varios aspectos, características o cualidades de una persona, implica saber (conocimientos), querer (compromiso) y poder (autoridad)" (p.1).

Los cuales se definen de la siguiente manera:

- Conocimiento: es la "posesión de sabiduría inteligencia, creatividad, razonamiento, etc. Es lo que se conoce como competencias cognitivas."
- Compromiso: referido a "las actitudes, temperamento, personalidad y esfuerzo que despliega, también se le conoce como competencias personales."
- Poder: el cual se define como "los valores, decisión y la capacidad personal para hacerlo; también se le conoce como las competencias ejecutivas o de liderazgo" (Alles, 2010, p.1).

2. Desigualdad entre Hombres y Mujeres

El Instituto Nacional Contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo INADI (s,fa) al hablar de las desigualdades, menciona que estas "se traducen en limitaciones y obstrucciones que se pueden presentar en el acceso al empleo, en la selección o búsquedas de puestos laborales, en la remuneración, en la dificultad en el ascenso, en la capacitación y formación, en la promoción y acceso a puestos de decisión, entre otros" (p.6).

Para entender las desigualdades sociales entre los hombres y las mujeres se debe partir del

> hecho de que se trata de un proceso histórico y complejo de relaciones sociales, basado en la creencia de que las diferenciaciones sexuales, donde lo femenino es inferior a lo masculino, justifican y legitiman relaciones de dominación y privilegios de unos (hombres) sobre otras (mujeres) en todos los referentes sociales: simbólicos, materiales, jurídicos, morales y éticos. Todos ellos apuntan a normativas que construyen el orden social, las que a su vez justifican ampliamente la distribución inequitativa de las riquezas y del poder. Se trata de una forma primaria de relaciones de poder justificadas por estas normatividades (Scott, 1996, c/p. Vizcarra Bordi, 2008, p. 143).

Por otro lado, autoridades de la CEPAL discuten en la quincuagésima octava reunión de la

> Mesa Directiva de la Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe datos referentes al 2017 en los cuales indican que "la participación de las mujeres en el trabajo remunerado sigue siendo menor que la de los hombres (50,2% y 74,4%, respectivamente) y que el nivel de desempleo femenino se mantiene por sobre el de hombres (10,4% versus 7,6%). Manifiestan que, a pesar de existir una reducción en el número de mujeres sin ingresos propios, aun la población femenina todavía está sobrerrepresentada en el grupo que recibe ingresos inferiores a un salario mínimo. De acuerdo con cifras del informe Panorama Social de América Latina 2018 de la CEPAL, el 49% de las mujeres ocupadas tiene ingresos laborales inferiores al salario mínimo de su país" (CEPAL, 2019).

Según la OIT (2015):

> Las mujeres han hecho muchos avances en el acceso a la educación, y como resultado ha aumentado el acceso al empleo. Hoy un tercio de las empresas en el mundo están conducidas por mujeres, y también cada vez

> más se reconoce su capacidad de gestión. Crecientemente se comprueba también que lograr un equilibrio de género y diversidad en los equipos de gestión en todos los niveles de la jerarquía produce resultados positivos de negocios. Sin embargo, los viejos estereotipos de género todavía ensombrecen la contribución de las mujeres a los negocios. Primera en la lista de los estereotipos, en todos los contextos sociales y culturales, está su capacidad para conciliar las responsabilidades laborales y familiares (p.194).

El primer mecanismo para hacer visible las diferencias de género lo constituye la data estadística sobre el mercado de trabajo, demostrando cómo, dentro de la segmentación que lo caracteriza, una de sus principales expresiones es la representada por el espacio del trabajo femenino, en constante expansión (Iranzo y Richter, 2002, p.511).

Es por esto que, autores como Aguirre-Zubiaurre y Martínez-Díaz (2006) dan a conocer que actualmente la mujer se mantiene en el empleo a lo largo de toda su vida, ya que no abandona el mercado laboral al casarse o tener hijos y se incorpora a su puesto de trabajo tras la baja de maternidad, sin esperar a que crezcan sus hijos como sucedía años atrás (p.2).

> En Venezuela particularmente el crecimiento sostenido de la participación femenina en la fuerza de trabajo y el aumento de su tasa de actividad reflejan la tendencia de crecimiento progresivo. Por su parte, la Encuesta de Hogares por Muestreo (1990-2001), registra que las mujeres pasaron de ser el 31,5% de la fuerza de trabajo a principios de los noventa a constituir el 36,7% en el año 2000 y, mientras hasta 1989 su tasa de actividad no supera el 31%, para el 2001 se ubicaba en el 42,7%. En términos absolutos el aumento de la tasa de actividad femenina implica que en este período se incorporaron 1.619.324 mujeres lo que equivale a un incremento de 76,3% entre estas fechas, cifra comparativamente muy superior al 34,2% de crecimiento mostrado por la oferta laboral masculina (Iranzo y Richter, 2002, p.511).

Pero el aumento de la participación de la mujer en el mercado de trabajo venezolano ha venido aparejado de una disminución creciente del sector formal y un incremento del sector informal: en el año 2000 éste último generó el 52% de los puestos de trabajo y la participación femenina en su interior aumentó 12 puntos en la década -el doble

de su crecimiento en la fuerza de trabajo-, mientras que el incremento de la masculina fue tan sólo del 1% (ILDIS,1998; c/p. Iranzo y Richter, 2002, p.511).

De igual manera, se encontró que en la Encuesta de Hogares por Muestreo (abril,2016), referente a la situación en la fuerza laboral del trabajo venezolano, concerniente al mes de Abril 2016 vs Marzo de 2016 se encontró que:

> "En Abril de 2016 la tasa de actividad obtenida fue de 62,7%, equivalente a 14.124.319 personas, a diferencia de Marzo 2016 el cual tuvo un 62,8%, equivalente a 14.128.587 personas, observándose estabilidad en términos estadísticos. Al momento de realizar énfasis en características como sexo se observó una disminución en los hombres de un 65.785 (0,7pp), y un incremento en las mujeres de 61.517" (1.0pp) (p.4).
>
> Al mismo tiempo, se observó que la tasa ocupacional en el sector formal, por sexo realizó un "aumento de 204.867 (2,9 pp.) en hombres y de 130.522 (2,4 pp.) en mujeres, teniendo un total de ocupados en el sector formal, para Abril 2016 de 7.899.160 personas (60.3%), mientras que Marzo 2016, fue de 7.563.771 (57,6%), lo que refleja un aumento de 335.389 (2,7 pp.) personas" (p.8).

En otras palabras, de acuerdo a la estimación más actual de la Encuesta de Hogares por Muestreo de Abril 2016, al recalcar los resultados por sexo se evidencia que existe una disminución por parte del sexo femenino en el mercado laboral, a diferencia del sexo masculino el cual aumenta o mantiene estabilidad en términos estadísticos.

En relación a la problemática antes expuesta autores como Adler, et al., (2001); c/p. Dolores-Salmerón, (2014) en diversas investigaciones dan a conocer y enfatizan que al tener una empresa con variedad de género se tiene como resultado un análisis para los problemas más completo, aumentando y haciendo más realistas y detallado las alternativas y los planes de acción, del mismo modo evidencian que dichas empresas alcanzan mejores resultados económicos. Mencionan que "la toma de decisiones en la empresa es mejor cuando los equipos de dirección están integrados por hombres y mujeres" (p.21).

Sin embargo, Redondo y Jimeno (s.f) mencionan que en el entorno de los negocios existen diferencias entre el estilo directivo masculino, el cual se centra en las tareas ejecutadas en el cargo y el femenino que se enfoca en las personas. Debido a esto,

los autores indican que esto puede ser un impedimento para la carrera profesional de las mujeres, ya que, el concepto de igualdad de género no está arraigado en las organizaciones.

Por otro lado, Chinchilla y Pérez-López, (1995); c/p. Dolores-Salmerón, (2014) en sus estudios señalan que los hombres y las mujeres son capaces de llevar a cabo las mismas funciones de dirección, solo deben ser capaces de reforzar el liderazgo, lo cual "depende de: la persona, los colaboradores, de las condiciones y la coordinación de los esfuerzos de la organización" (p.22).

No obstante, De Luis-Carnicer et al. (2011) da a conocer que según la Teoría de Recursos las competencias aportadas por las mujeres son difícilmente imitables para los competidores, ya que son diferentes y complementarias, convirtiéndolas en ventajas competitivas para el mercado laboral. Por otro lado, los autores evidencian que, si solo los hombres son candidatos potenciales para los distintos cargos existentes en las empresas, se provocaría una pérdida de talento, esto significa que, la calidad de las cualidades sería inferior a la que se conseguiría si los candidatos y candidatas son seleccionados entre los mejores de una distribución compuesta tanto por hombres como por mujeres.

Teniendo en cuenta esto es importante mencionar que, la incorporación de la mujer en los cargos directivos trajo consigo beneficios muy amplios para las empresas, como por ejemplo un ahorro de costes y el aprovechamiento del talento humano interno, es decir, supone que la empresa aproveche el potencial del talento de la población interna de la empresa, además las mujeres aportan creatividad e innovación y mejoran la calidad de la resolución de problemas, esto se debe a que se plantea puntos de vistas diferentes (Dolores-Salmerón, 2014). Por otro lado, anteponen las necesidades de los demás y subordinan los progresos personales a corto plazo en favor de la mejora de la salud de la organización a largo plazo, de la que dependen tanto ellas como sus colaboradores (Ramos et al., 2003; c/p. Martínez-León et al, 2011, p.153).

> El estilo básico de las mujeres directivas se corresponde con una mayor orientación a las necesidades de las personas, lo que fomenta la cooperación, transmitiendo la importancia del trabajo en equipo y del desarrollo individual como meta para conseguir los logros organizacionales. Las mujeres tienen una mayor aptitud para mantener unas relaciones personales más estrechas con los demás, basadas en la comunicación y la relación interpersonal. Asimismo, su estilo de dirección se caracteriza por un control reducido, comprensión, colaboración y niveles altos de

rendimiento, teniendo como objetivo básico el logro de la calidad (Ramos et al., 2003; c/p. Martínez-León et al, 2011, p.153).

2.1. Teoría de Trayectorias generacionales

Orlando y Zúñiga (2000), en su estudio sobre la situación de la mujer en el mercado laboral en Venezuela, explican cómo las mujeres han ido incrementando su participación en el mercado laboral en los distintos períodos censales; es por esto que, en el año 1961, un gran número de mujeres trabajadoras tenían entre 20 a 24 años de edad, en 1970 se ubican en el rango de edad de 25 a 29 años. Mientras que, para el año 1981 las edades de las trabajadoras se sitúan entre los 30 y 34 años de edad y, por último, en el año 1990 las trabajadoras se encuentran entre los 30 y 39 años de edad. Las autoras concluyen que, la tendencia de las mujeres a abandonar el mercado laboral luego de casarse y/o tener hijos es cada vez menor.

De un modo similar, Guzmán y Mauro (2001) dan a conocer que, en el caso de las mujeres, más que en los hombres, "la conjunción de un período histórico (económico, político y social) específico y momentos de transición crítica en el ciclo vital, da como resultado distintos comportamientos laborales" (p.190). Los autores destacan que por este motivo, en décadas pasadas, la entrada de las jóvenes al mercado de trabajo era una etapa transitoria, las mujeres lograban ingresar al mercado laboral en situaciones económicas críticas, cuando no tenían hijos o estos ya habían crecido, en situación de desempleo de los maridos, entre otras.

Cada generación vivió en un escenario socioeconómico, social y cultural particular, es por esto que, Caballero y García (2007), dan a conocer como la condición de las mujeres en América Latina y el Caribe ha experimentado cambios en las últimas décadas, como el aumento en el mercado laboral, el alcance de mayores índices educativos, la disminución de la fecundidad y la reivindicación y reconocimientos de sus derechos como ciudadanas. Los autores buscan explicar la posible desigualdad de género en cuanto a la situación conyugal y el cuidado de los hijos, para esto identifican tres generaciones. La primera se caracteriza por mujeres que en algún momento de sus vidas han trabajado en el mercado informal o informal, los autores comentan que circunstancias como el divorcio, la maternidad o la viudez son factores claves para que entren de lleno al mercado laboral.

La segunda posee una trayectoria profesional más corta ya que su ingreso al mercado laboral fue más tardío, las mujeres de esta generación se caracterizan por renunciar un tiempo a su carrera profesional al momento de tener un hijo/a, sin embargo, los autores destacan que existen factores que hacen que se reinicie la vida laboral como la viudez temprana, la maternidad sin pareja, el divorcio, entre otras cosas (Caballero y García, 2007).

Guzmán y Mauro (2001) menciona que una parte de las mujeres de esta generación ingresaron solteras al mercado laboral con niveles educativos altos, lo que le permitió aprovechar su situación para dar forma a sus proyectos personales. En algunos casos, estas mujeres al enfrentarse a la fragilidad de la relación de pareja, depositaron gran parte de su seguridad y estima personal en el trabajo.

La tercera generación según la plantean los autores Caballero y García (2007), las mujeres empiezan en trabajos de carácter informal, debido a las necesidades presentadas dentro la familia, para las mujeres de esta generación el hecho de casarse no es motivo para dejar de trabajar, pero al momento de tener hijos se plantean la idea de pausar su vida laboral; por el contrario, aquellas mujeres que logran ascender en sus posiciones son las que no abandonan sus trabajos, sino que combinan la maternidad con el trabajo. Los autores mencionan que, la concepción de los hijos en esta generación se alarga hasta cuatros años después de casarse.

Las mujeres de esta generación más joven entran y permanecen en el mercado laboral siendo solteras, y en los primeros tramos de sus trayectorias se desplazan por diversos tipos de empleos y climas socio laborales, lo cual les permite reflexionar y aumentar su conocimiento de las oportunidades laborales y de sus propias habilidades cognitivas, sociales y emocionales. Son mujeres que se encuentran menos presionadas por las exigencias de las familias, lo que les permite preguntarse por lo que desean, por el grado de satisfacción alcanzado en el trabajo, y anticipar sus pasos futuros (Guzmán y Mauro, 2001).

Actualmente, tal como lo presentan Guzmán y Mauro (2001) las mujeres están presentes simultáneamente en ambos espacios (el familiar y el laboral), “ámbitos que no solo se organizan en torno a tareas de orden diferente, sino que están regidos por lógicas aparentemente contradictorias: la del afecto, solidaridad y relaciones personales, en un

caso; la del rendimiento, disciplina y productividad, en el otro". Esto las obliga a distribuir el tiempo entre las exigencias laborales y las demandas de la familia. Los autores reportan que "un tercio de las mujeres de la generación mayor, y una de cada cinco de la cohorte intermedia, dejaron de trabajar debido al nacimiento y cuidado de los hijos. Una de cada diez mujeres de la cohorte de más edad se retiró por más de un año del mundo laboral, aludiendo a razones familiares" (p. 202).

En conclusión, Guzmán y Mauro (2001) da a conocer que "la dedicación completa de la mujer a la maternidad deja insatisfechas a las trabajadoras, pero la articulación de ambas esferas les resulta difícil, sobre todo cuando no existen cambios sustantivos en la distribución del trabajo ni servicios sociales suficientes y adecuados que reduzcan las tareas domésticas" (p.202).

2.2. Desigualdad en el Ámbito Laboral

El INADI (s,fa) considera que "la asignación de roles y atributos a mujeres y varones ha generado una desigualdad histórica que ubica a las primeras en un plano de subordinación por debajo de los segundos" (p.13). De igual manera, mencionan que en el mundo laboral también se presentan estas desigualdades de género, produciendo y reproduciendo de manera flagrante las situaciones de discriminación en prejuicios de las mujeres.

Numerosos autores encuentran en el estereotipo y el prejuicio la causa principal de la discriminación a la mujer en su trayectoria profesional. Así, Eagly y Karau (2002); c/p. García-Lago, (2006), desarrollan la "Teoría de congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos". Su punto de partida es que el prejuicio hacia las mujeres que ocupan un puesto de liderazgo surge de la incongruencia que las personas perciben entre las características femeninas y los requisitos del rol de líder (p.11).

Aunado a esto, Martínez (2004) menciona que durante mucho tiempo se ha considerado que la relación entre el entorno laboral y el familiar es conflictiva. La hipótesis de conflicto plantea que desempeñar simultáneamente diversos roles, cuyas demandas son incompatibles entre sí, genera tensiones al tratar de dar respuesta a las exigencias de tiempo, energía y recursos personales que conlleva cada uno de estos roles.

Mientras que Grzywacz y Bass (2003); c/p. Aguirre-Zubiaurre y Martínez-Díaz, (2006) explican que recientemente diversos autores han propuesto que esta relación no tiene que ser necesariamente de tipo conflictiva, incluso plantean que puede tener efectos positivos (hipótesis de facilitación), de tal forma que el trabajo puede beneficiar a la familia y la familia al trabajo (p.14).

Por otro lado, el INADI (s,fa) menciona que la desigualdad en el ámbito laboral "puede presentarse en distintas etapas, como, por ejemplo: en la búsqueda de empleo, en las entrevistas, en la selección, desempeño, promoción, retiro y/o despido; manifestando un trato desigual, injusto y menos favorable a determinadas personas" (p.12). Estas diferencias pueden provocar una disminución en la motivación, aumentando las tensiones y conflictos en el lugar de trabajo, provocando una gran disminución en la productividad en el trabajo y en el ámbito laboral.

Pérez (2008) en su estudio sobre la desigualdad de género en el mercado de trabajo argentino, explica que:

> Las principales corrientes de la economía ortodoxa enfatizan la elección racional de los agentes económicos. Asumen que las propias mujeres son quienes eligen trabajar pocas horas (trabajos de tiempo parcial) dado que esta elección les permite compatibilizar su empleo con su función de madre y el trabajo en el hogar (maximizando así su utilidad individual). La desigualdad salarial estaría dada por las diferencias en el capital humano acumulado por varones y mujeres a partir de la experiencia en el trabajo (lo cual les otorga diferentes niveles de productividad laboral). De esta manera, no existiría discriminación sino una elección personal sobre cuánto tiempo dedicar al trabajo productivo remunerado (elección trabajo-ocio) lo que el mercado remunera de acuerdo a la productividad de cada persona (p.3).

En el informe realizado por el Centro de Estudios Mujer y Trabajo de la Argentina CTA (2009); c/p. INADI, (s,fa), se pudo observar que:

> la brecha salarial es otro indicador de desigualdad entre los géneros en el mercado laboral que, si bien los últimos datos muestran una retracción, todavía subsiste una diferencia salarial entre hombres y mujeres (...) por igual trabajo y formación. La

> brecha se amplía para las mujeres con inferior nivel educativo y en relación a empleos de menores requerimientos de formación (p.15).

Con respecto a las brechas que existen entre los sexos, el INADI (s,fb) reporta que dichas brechas han ido disminuyendo en la última década, dado que, se encontró que los hombres han tenido una desmejora en el ámbito laboral y a su vez, una disminución del nivel educativo. Lo cual permite evidenciar que, sigue existiendo las brechas entre sexos, concretamente en el caso de las mujeres.

Para contrastar lo expuesto anteriormente, el INADI (s,fb) menciona que:

> la diferencia salarial que perciben (en promedio) en relación a los varones, se ha comprobado que cargos con responsabilidades similares tienen salarios diferentes y en muchos casos se denominan de manera diferente (por ejemplo, un varón es gerente y una mujer, en un rol similar, es coordinadora), diferenciación que encubre una discriminación (p.37).

3. La segregación ocupacional

Rendón (2003) considera que la segregación ocupacional se refiere a:

> …la distribución desigual de los distintos puestos de trabajo entre los grupos de la sociedad considerados diferentes, en este caso los hombres y las mujeres. Hay tareas consideradas como propias de los hombres, otras en cambio son consideradas como adecuadas para las mujeres. Sólo una parte de las ocupaciones existentes son consideradas como neutras al género, es decir, que pueden ser desempeñadas indistintamente por hombres o por mujeres (p.4).

Por su parte, García, (1989); c/p. Iranzo y Richter, (2002) comenta que la segregación ocupacional surge:

> En el momento en que la mujer se incorpora al trabajo, pues desde el ingreso a la empresa se conforma un mercado primario, con los trabajadores con posibilidades de carrera y uno secundario constituido por los que "perciben bajos salarios, están sujetos a peores condiciones de trabajo, poseen menos beneficios sociales, los empleos son discontinuos y con pocos chances de avance dentro de la organización" (p.516).

Sollova-Manenova y Salgado-Vega (2010) en su investigación dan a conocer basándose en diferentes autores, que el crecimiento generalizado del empleo femenino tuvo efectos en el ámbito familiar, ya que disminuyó tanto el número de hijos reportados por las mujeres, como el tiempo que las mujeres dedicaban a su crianza, ya que dirigen ese tiempo al ámbito laboral.

Cabe destacar que "la segregación ocupacional por razón de género es un fenómeno presente en todos los países, con independencia del nivel de desarrollo económico, e indiferente a la existencia de condicionantes religiosos, culturales y sociales particulares" (Escarrer, Navarro, Bosch y Ferrer, 2008, p.4).

No obstante, autores como Anker, (1997) y García, Anker y Pinnelli, (2003); c/p. Roldán-García, Leyra-Fatou y Contreras-Martínez, (2012), establecen que, "las teorías que explican la segregación ocupacional entre sexos se pueden clasificar en tres grandes grupos: la corriente neoclásica del capital humano, las teorías de la segmentación de los mercados de trabajo y las teorías "sociosexuales" o feministas.

- La primera considera que las diferencias de ingresos en el mercado de trabajo dependen de los niveles de capital humano, por lo que la segregación laboral de género se explica en gran parte por un menor capital humano femenino y su dedicación a actividades que requieren una menor inversión en el mismo, asociadas a su función en el seno de la familia. Se explica así la concentración de empleos femeninos en determinadas actividades y el consiguiente exceso de oferta de mano de obra que origina bajos salarios.
- La teoría de la parcelación del mercado de trabajo plantea que los mercados laborales están compartimentados, de modo que el segmento con empleos mejor pagados requiere una mayor experiencia y estabilidad; pero pocas mujeres tienen cabida en ese sector, por lo que se aglutinan en áreas de menores exigencias y de empleos peor remunerados. Los varones, en cambio, se benefician de una competencia menor dentro de una gama de ocupaciones más extensa, por lo que suelen disfrutar de salarios superiores.
- Las teorías "sociosexuales" o feministas apuntan a las desventajas socioeconómicas y culturales de las mujeres para explicar la segregación ocupacional por sexos. Desde este punto de vista, señalan que las denominadas ocupaciones "femeninas" plasman en el mercado de trabajo los estereotipos establecidos en la sociedad sobre las mujeres y sus presuntas aptitudes" (p.46).

Por otro lado, Iranzo y Richter (2002) mencionan que “la escasa capacitación de las mujeres es un importante factor para obstaculizar su movilidad horizontal y vertical, por lo que la promoción viene a representar el tercer momento en que se refuerza la segregación ocupacional” (p.518).

Phostuma, (1998); c/p. Iranzo y Richter, (2002) explica que:

> La tendencia a mantener al personal femenino en los puestos más bajos de la escala jerárquica, mediante el establecimiento de mayores trabas que al personal masculino para su ascenso profesional, independientemente de su nivel y calificación, es llamada por algunos autores como segregación vertical, para distinguirla de la tratada anteriormente, que sería la segregación horizontal (p.519).

Es por esto que resulta necesario explicar los principales tipos de segregación, los cuales son la horizontal y la vertical.

Según Martínez, (2009); c/p. Ordóñez, (2015), “la segregación horizontal se da cuando las mujeres se amontonan en ciertos sectores o puestos de trabajo, mientras que en otros tienen apenas presencia. Hoy en día sigue siendo habitual que, cuando hablamos de ciertos trabajos concretos, nos venga a la cabeza de manera automática un género u otro” (p.268). En concreto, el presente autor se refiere a los roles ya estipulados por la sociedad, debido a que en ella se crean distintos estereotipos sobre el papel que debe interpretar cada persona dentro de esta, por ejemplo: al mencionar una profesión como niñera inmediatamente se viene la imagen de una mujer, aunque esto no es algo 100% estipulado ya que existen hombres que realizan esta profesión.

El INADI (s.fc) especifica que la segregación horizontal ocurre al interior de las organizaciones, ocupaciones y ramas de actividad, en las cuales las mujeres trabajan sobrerrepresentadas en sectores y ocupaciones; las principales fuentes de empleo siguen siendo el trabajo en casas particulares, la enseñanza, los servicios sociales y la salud” (p.26).

Las causas de este tipo de segregación hay que buscarlas en la persistencia de una serie de prejuicios sobre la capacidad, no solo de las mujeres sino también de los varones, para realizar determinadas actividades; prejuicios que se traducen en una escasa presencia de mujeres en determinados sectores considerados masculinos y viceversa (Roldán-García, Leyra-Fatou y Contreras-Martínez, 2012, p.45).

> En cambio, la segregación vertical responde a la infrarrepresentación de las mujeres en los niveles más alto de las escalas profesionales, establecidas en función de retribución, prestigio, estabilidad profesional, responsabilidad, etc. Un informe de la Comisión Europea (2009) utiliza la expresión segregación jerárquica, como tipo específico de segregación vertical que aparta a las mujeres de las posiciones más elevadas, en términos de responsabilidad y autoridad, dentro de una determinada ocupación (Roldán-García, Leyra-Fatou y Contreras-Martínez, 2012, p.45).

Se puede decir, que la segregación vertical según lo define el INADI (s.fc), se basa en que las mujeres encuentran menores oportunidades y mayores obstáculos para acceder a puestos jerárquicos y de toma de decisiones. Este fenómeno suele ser denominado como "techo de cristal".

La segregación de género, tal como lo concluye Barberá-Heredia et al., (2002), "se convierte en discriminatoria en la medida en que las actividades laborales femeninas van acompañadas de sueldos más bajos, mayor índice de desempleo, menor valoración social y mayor inestabilidad" (p.40).

4. Techo de Cristal

El término "Techo de Cristal", o "Glass Ceiling Barriers" es un concepto que realizó su aparición en los Estados Unidos por primera vez siendo presentado en un artículo del Wall Street Journal en 1986. "El artículo describe las barreras invisibles a las que se ven expuestas las mujeres trabajadoras altamente calificadas que les impedía alcanzar los niveles jerárquicos más altos en el mundo de los negocios, independientemente de sus logros y méritos" (Dolores-Salmerón, 2014, p.5). Otras denominaciones realizadas a este concepto son: "techos de mármol", "pisos adhesivos", las "paredes de cristal", los "abismos de cristal" y el "progreso glacial" (OIT, 2015, p.31).

Dolores-Salmerón (2014) da a explicar que esta barrera invisible "aparece cuando las mujeres se acercan a la parte superior de la jerarquía corporativa y les bloquea la posibilidad de avanzar en su carrera profesional hacia cargos de nivel gerencial y ejecutivo" (p.5).

Por otro lado, según la psicóloga Burin, (1987); c/p. Martínez y Paolino, (2016), la teoría del techo de cristal es estudiada en conjunto por varias ciencias, como la psicología, la sociología y la antropología. Su nombre se debe a que existe un espacio superior invisible en el cual no existen leyes, ni códigos que manifiesten dichas limitaciones hacia las mujeres dentro del mercado laboral, basándose en rasgos que por su invisibilidad son difíciles de detectar, dando como resultado un espacio difícil de traspasar o avanzar a puestos en los que se requiere un alto nivel de responsabilidad (p.22).

Morrison y Von Glinow, (1990); c/p. Barberá-Heredia et al., (2002) realizó un estudio en el cual se visualiza que:

> existe, en el momento actual, suficiente investigación teórica y empírica que avala la persistencia del «techo de cristal» en el desarrollo profesional de las mujeres, a pesar de los avances sociales conseguidos a favor de la igualdad de oportunidades y de las medidas y acciones desarrolladas durante las últimas décadas. Una prueba evidente de que el problema se mantiene es la aparición del movimiento WIM (Women In Management) entre cuyos principales objetivos está incrementar la representatividad de las mujeres en puestos de dirección (Helgesen, 1990). Guiado por este propósito, el grupo WIM se ha interesado por conocer el funcionamiento y modo de operar de las barreras implícitas. Este análisis incorpora la confluencia de múltiples factores entre los que cabe destacar el fuerte arraigo de las tradiciones culturales, las relaciones de poder que sigue habiendo entre mujeres y hombres, así como otras dimensiones de carácter psico-social relativas a la construcción subjetiva de la feminidad y la masculinidad (p.59).

Por otra parte, Tomás y Guillamón (2009) mencionan que, los principales factores o elementos que mantienen el “techo de cristal” son los aspectos externos e interactivos como: la cultura organizacional de las instituciones y la segregación ocupacional, la cooptación, la conciliación de la vida personal, familiar y profesional, y la perpetuación de los valores típicamente masculinos en los cargos de poder, así como los relacionados con las creencias sobre liderazgo y género, que parten de la falta de interés de las mujeres por ejercer poder, de ambición o de cualidades para dirigir.

Adicionalmente, Tomás y Guillamón (2009) indican que, las barreras internas que se presentan en las mujeres al momento de avanzar en su carrera laboral, tienen que ver

con su manera de actuar y comportarse en los distintos aspectos de su vida personal, logrando dificultar el acceso a cargos de responsabilidad y al ejercicio del liderazgo. Estos aspectos, se derivan de los valores que se transmiten en los procesos de socialización de los seres humanos desde su nacimiento, es decir, se marcan patrones de conducta diferentes para niñas y niños, que introyectan y perpetúan en mayor medida las mujeres por su miedo constante a asumir el poder, dejando a los hombres en cargos con mayor responsabilidad.

En el mundo entero, actualmente existen personas que consideran algunos cargos "adecuados" para las mujeres, a su vez plantean que los hombres son más aptos para ocupar cargos de diferente índole, por ejemplo de acuerdo a tradiciones las mujeres debían realizar actividades reflejadas al hogar, a diferencia de los hombres los cuales poseían responsabilidades de gestión y de toma de decisiones; es debido a este legado que el papel de la mujer se encuentra estereotipado dentro del mercado laboral (OIT, 2015, p.2).

De igual forma, suelen pensar que "son demasiado emocionales y podrían no ser suficientemente fuertes para asumir posiciones de comando. Además, el doble rol de profesional y madre siempre genera dudas sobre la capacidad de la mujer para manejar ambos de manera equilibrada. El perfil familiar de las mujeres puede cerrarle el paso a la cúpula", opina Carlos Landaeta, experto en el área de RR.HH (c/p. Ascanio, 2009, p.22).

Adicionalmente, Ascanio (2009) menciona que las mujeres avanzan y no se trata de que los hombres vean ese proceso como una amenaza, sino como el resultado inevitable de una dinámica económica que se transforma en una clara realidad social. Por supuesto, este tema tiene otras implicaciones importantes, como la redefinición de roles en el plano familiar y la necesaria adopción, por parte de los hombres, de roles tradicionalmente asignados a las mujeres, como participar en el cuidado de los hijos y el mantenimiento del hogar (p.24).

A pesar de lo antes expuesto, el poder adquisitivo de las mujeres en el mercado laboral se ha transformado, así lo documenta la OIT (2015) afirmando que para el 2015 "las mujeres ocupaban el 40% de los empleos a escala mundial", a pesar de ser su retribución inferior a la de los hombres, suelen dirigir en su mayoría una tercera parte de las micro y pequeñas empresas (p.1).

Si bien es cierto que la mujer tiene campo abierto y, en algunas áreas gerenciales, como Recursos Humanos, Comunicaciones, Mercadeo y Venta, incluso llega a superar a

los hombres en número, todavía existen graves perjuicios para frenar el ascenso de mujeres a las posiciones estratégicas de las empresas (Ascanio, 2009, p.22).

No obstante, todas las fuentes de datos y los análisis apuntan a una persistente escasez de mujeres en los puestos de máxima responsabilidad, en calidad de directoras generales o miembros de las juntas directivas o de altas instancias políticas (OIT, 2015, p.1).

Lo expuesto anteriormente, se puede observar en el estudio presentado por una de las mayores empresas líder en la industria de la logística, dicha marca es conocida por encontrarse en una posición única en los mercados en crecimiento del mundo, con una amplia gama de servicios de transporte expreso internacional, transporte de carga, comercio electrónico y cadena de suministro, emplea en más de 220 países y territorios del mundo, siendo empleador de aproximadamente 550,000. El estudio presentado demuestra que solo el 10% de los country managers dentro de la compañía son las mujeres, a pesar de ser esta una compañía que apoya la diversidad de género en el mundo entero.

5. Sector Retail:

Álvarez (2013) plantea que el Retail "es cualquier comercio que vende sus productos al consumidor final, desde un supermercado hasta una tienda de barrio, desde un negocio de electrodomésticos a una franquicia textil, ya sea con cientos de puntos de venta o con un solo establecimiento". Además, este sector debe basarse en la orientación al mercado, es decir, la gestión de las relaciones con los proveedores y con los clientes, deben estar orientados y definidos hacia las nuevas tendencias del cliente final, lo cual es la base en la orientación al mercado, permitiendo innovar y entregar mayor valor agregado al consumidor final (Prada y Ocampo, 2016).

> Este sector se puede clasificar según Vigaray, (2005); c/p. Quintero, (2015), como "la actividad de productos vendidos, que corresponde al impuesto de la actividad económica, la clasificación de la dirección general del comercio interior y otros formatos comerciales caracterizados por los productos que venden, como las tiendas de los fabricantes u outlets. Según las relaciones de propiedad y vinculación que existen entre ellos, equivalentes al comercio independiente, el departamento alquilado, las cadenas voluntarias de

detallistas, las cooperativas de detallistas, los almacenes de fábricas y las tiendas de fabricantes" (p.112).

Durán y Kremerman (2008) resumen el concepto de la palabra "Retail" mencionando que es la "Comercialización al por menor" o "Venta al detalle". Del mismo modo mencionan que "aunque usualmente se utiliza para referirse al rubro de supermercados y tiendas por departamentos, en estricto rigor, los negocios tipo retail abarcan desde el almacén de nuestro barrio o el quiosco de la esquina hasta las grandes multitiendas e hipermercados (p.4). Así mismo Guerrero-Martínez (2012) plantea que el sector retail puede diferir en cada región del mundo, "sobre todo por las cadenas de distribución y el tamaño de las tiendas" (p.191).

Se trata de un sector que ha experimentado un profundo proceso de modernización y reestructuración en las últimas dos décadas, llegando a convertirse en uno de los sectores económicos más importantes del país en términos de crecimiento, generación de empleo, aporte al Producto Interno Bruto, expansión internacional, innovación tecnológica y utilización de diversas estrategias de flexibilidad organizacional externa (en las formas de empleo y en la organización productiva) e interna (temporal, salarial y en la organización del proceso de trabajo) (Calderón, (2006); Cámara de Diputados de Chile, (2007); Centro de Estudios del Retail, (2010); Kalleberg, (2001); c/p. Stecher, (2012), p.12). La empresa de retail es un negocio que consiste en "vender productos o servicios a clientes para su uso personal o familiar; son el último eslabón en la cadena de suministros, ya que enlaza a los productores con los clientes" (Guerrero-Martínez, 2012, p.191).

El sector retail cubre un amplio abanico de necesidades de las personas, tales como la alimentación, vestuario/calzado, equipamiento para el hogar (artículos electrónicos, electrodomésticos, menaje, ferretería, jardinería), remedios y artículos de cuidado personal e incluso accesorios básicos para automóviles. Hoy en día este sector enmarca la venta de mercancías por catálogo e inclusive a las ventas por internet (Guerrero-Martínez, 2012, p.193).

Las tiendas de las grandes empresas del retail se caracterizan por emplear un perfil heterogéneo de trabajadores (jóvenes, de mediana edad y mayores, varones y mujeres, con y sin experiencia laboral previa y con un nivel de estudio desde la educación escolar incompleta a la técnica completa). Dentro de dicha heterogeneidad, predominan las mujeres (60 a 80% en las tiendas), los jóvenes (60% menor a 35 años), los trabajadores de

baja calificación (aproximadamente 80% con educación media), sin mayor experiencia laboral previa y pertenecientes a sectores urbano-populares (Cámara de Diputados de Chile, 2007; Fundación Sol, 2011). Se trata de una fuerza de trabajo de baja empleabilidad, ampliamente disponible en el mercado laboral, de bajo costo para las empresas, por lo cual las tiendas del retail son unas de las pocas opciones de encontrar un empleo formal (Stecher, 2012, p.12).

En este caso se hablará de los establecimientos en la categoría de Supermercado, el cual es definido por el Instituto Nacional de Estadísticas; c/p. Durán y Kremerman, 2008, como establecimientos que posee como característica principal "la venta al menudeo con varias líneas de productos de consumo, preferentemente las líneas de productos como alimentos, bebidas y tabaco, a través de un sistema de autoservicio" (p.14).

Guerrero-Martínez (2012) menciona que las cadenas de supermercados —retail de alimentos— continúan dominando el sector, dan a conocer que ocho de las diez empresas más grandes de retail del mundo son de venta de alimentos, de igual modo evidencian que más del 50% de las 250 empresas de retail más grandes tienen en su formato de venta a supermercados, hipermercados, almacenes y centros de distribución e inclusive cadenas de tiendas de conveniencia (p.191).

En últimos 20 años la estrategia seguida por estos negocios (retailers) ha sido la innovación, es decir, este sector se ha dedicado a definir nuevas estrategias para mantener a sus clientes satisfechos y fieles a este negocio, esto se puede observar ya que "la voraz competencia ha obligado a innovar, redefinir estrategias y usar tecnologías de punta para hacer una planeación estratégica de largo plazo orientada a crecer en su mercado objetivo y maximizar sus utilidades" (Guerrero-Martínez, 2012, p.195).

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

Empresa A

Desde 1969, esta empresa trabaja para mejorar y fortalecer un modelo de servicio centrado en brindar excelencia y atención a sus clientes, mediante el compromiso con la comunidad a través de programas sociales que proporcionan un mejor futuro. Cuentan con 24 sucursales en La Gran Caracas.

Misión

Buscan ofrecer al cliente productos y servicios de excelente calidad a precios competitivos, inspirados en un modelo de autoservicio innovador y eficiente para contribuir con el desarrollo de los trabajadores, la empresa y el país.

Visión

Desean ser reconocidos en Venezuela como la empresa de autoservicios líder en satisfacer plenamente las necesidades del cliente.

Valores

Dentro de su cultura, esta empresa tiene presente en todo momento valores como: la excelencia, el compromiso, la honestidad, la innovación, el trabajo en equipo y la vocación de servicio, a fin de proporcionar un servicio de calidad a sus clientes.

Empresa B

Desde 1946 se marca el inicio de una de las historias comerciales más exitosas del país, a través de los años los fundadores de esta empresa y sus generaciones, invitan a la familia venezolana a realizar sus compras en cada una de sus sucursales a nivel nacional.

En la actualidad cuentan con 53 sucursales distribuidas en todo el territorio a nivel nacional. Esta empresa busca aportar progreso y bienestar a todos sus trabajadores, proporcionando viabilidad a todos sus proveedores mediante una demanda permanente y pago oportuno; cumpliendo estrictamente las disposiciones legales y contribuciones eficaces a requerimientos significativos de la comunidad.

Misión

Buscan contribuir y abastecer a las familias con la más alta y confiable variedad de productos y servicios para el consumo y uso en el hogar, con la mejor calidad y precio, procurando economía de tiempo y dinero al consumidor; en un ambiente cordial, respetuoso, confortable, ordenado, higiénico y seguro para el comprador.

Visión

Anhelan continuar siendo la red de supermercados preferida por la familia venezolana, así como la más competitiva, confiable y de mayor presencia nacional, y ser el mejor canal entre proveedor y cliente.

Valores

Esta empresa entiende el servicio como una vocación, buscan servir de forma honesta, humilde y disciplinadamente en un marco de eficacia y cohesión; por ello su cultura se base en valores como: el servicio, la honestidad, la humildad, la eficacia, la cohesión y la disciplina.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

1. Diseño y tipo de investigación

Según Arias (2012) un diseño de investigación "es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado". A partir de dicho planteamiento y teniendo en cuenta el objetivo general de la investigación, el cual se enfoca en determinar los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019, se realizó una investigación cuantitativa de tipo descriptivo-transversal, con un diseño no experimental.

En función a lo planteado anteriormente, autores como Stracuzzi y Martins (2012) exponen que una investigación de tipo descriptivo "consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento" (p.24).

En relación a las investigaciones no experimentales Stracuzzi y Martins (2012) explican que esta "se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos" (p.87).

Dentro de la clasificación de las investigaciones no experimentales podemos decir que esta investigación fue de nivel transaccional/transversal, ya que según Stracuzzi y Martins (2012) este tipo de investigaciones se ocupa de "recolectar datos en un solo momento y en un tiempo único" (p.94), del mismo modo posee un diseño descriptivo ya que se busca determinar los factores asociados a la variable desigualdad entre hombres y mujeres, es decir, busca realizar conclusiones sobre un grupo de personas, en este caso gerentes del sector retail. Esto se puede sustentar gracias a las investigaciones de Arias (2012), debido a que señala que las investigaciones descriptivas consisten en la "caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su

estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere" (p.24).

2. Unidad de análisis, población y muestra

a) Unidad de análisis

La unidad de análisis hace referencia a la entidad u objeto social de una determinada población que será sometida a estudio en la investigación empírica (Corbetta, 2010).

Por lo tanto, en la presente investigación la unidad de análisis estuvo constituida por las mujeres y hombres ocupantes de cargos gerenciales de las áreas administrativas, adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019.

b) Población

Según Arias (2012) la población es "un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación" (p.81).

Para la realización de este estudio, se utilizó una población finita la cual según Arias (2012) se define como "la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades" (p.82).

Dicha población estuvo representada por la totalidad de los gerentes, hombres y mujeres, de las áreas administrativas de dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas, para un total de 64 gerentes.

En consecuencia, se obtuvo la siguiente información de la población de los gerentes de cada empresa objeto de estudio:

Tabla N° 1: Distribución de la Población por Empresa.

	Empresa A	Empresa B	Total
Gerente	34	30	**64**
Mujeres	19	13	32
Hombres	15	17	32
Total	**34**	**30**	**64**

Fuente: Elaboración Propia (2019)

Tal como se observa en la Tabla N° 1, el total de mujeres y hombres ocupantes de cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail corresponde a 64 gerentes, y se encuentra distribuida de la siguiente manera: Empresa A: 34 gerentes de las áreas administrativas y la Empresa B: 30 gerentes de las áreas administrativas.

c) Muestra

Arias (2012) define a la muestra como "un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible" (p.83).

En este sentido, la muestra utilizada en esta investigación se considera una muestra finita, debido a que el total de la población es conocida por las investigadoras, dando un total final de 64 gerentes, tal como se observa en la Tabla N° 1. La muestra a ser utilizada será calculada por medio de la fórmula de Sierra Bravo (1994):

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

Dónde:

- n: representa el tamaño de la muestra.
- N: indica la población de la empresa.

- α: representa las unidades de desviación típica correspondientes al nivel de confianza que el investigador establece, para el estudio se considera el 95%, con una Z = 1,96.
- p: indica la probabilidad éxito del 50%.
- q: representa la probabilidad fracaso del 50%.
- e: representa el error de estimación, e indica el porcentaje o riesgo que la muestra no sea representativa. Definido por las investigadoras en 5%.

Empresa A

$$n = \frac{(1{,}96)^2 * 34 * 0{,}5 * 0{,}5}{(34-1) * (0{,}05)^2 + (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5} = 31{,}3 \approx 31$$

Empresa B

$$n = \frac{(1{,}96)^2 * 30 * 0{,}5 * 0{,}5}{(30-1) * (0{,}05)^2 + (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5} = 27{,}8 \approx 28$$

El tipo de muestreo utilizado fue el muestreo probabilístico, Sampieri (2014) da a conocer que este tipo de muestreo se utiliza en la población, a fin de crear un subgrupo donde todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser escogidos, es decir se realiza una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis con el propósito de definir la muestra final (p.175).

De esta forma, teniendo el número de la población de gerentes de cada empresa, se procedió al cálculo muestral para establecer la muestra de cada empresa por medio de la aplicación de un muestreo aleatorio y tal como se aprecia en los cálculos anteriores, la muestra de la Empresa A estuvo representada por 31 gerentes tanto hombres como mujeres. De igual forma, en el caso de la Empresa B la muestra correspondió a 28 gerentes mujeres y hombres, dando una muestra total de 59 gerentes del sector retail.

Vale la pena mencionar que, pese a que desde el inicio se estableció con las empresas que participaron en el estudio, la logística que permitiría recabar la información requerida para dar explicación a la pregunta de investigación, se presentaron algunos inconvenientes, originados en factores acontecidos en el entorno externo que se manifestaron al momento de llenar los instrumentos de la Empresa B, dificultando el poder cumplir con la muestra según lo indicaba el resultado del cálculo muestral. Es por ello que, en vez de contar con 28 gerentes, fueron 12 los gerentes de dicha empresa que participaron en el estudio; esto impactó en el resultado de la muestra final, que fue de 43 gerentes del área administrativa, tal como se muestra en la Tabla N° 2.

Tabla N° 2: Distribución de la Muestra por Empresa.

	Empresa A	Empresa B	Total
Población	34	30	**64**
Calculo Muestral	31	28	**59**
Muestra Final	31	12	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019)

3. Variables del estudio

La variable de la presente investigación es la “Desigualdad en condiciones sociodemográficas y laborales de gerentes hombres y mujeres en el sector retail”, que se estudió en cargos gerenciales de dos (2) empresas del sector retail.

Definición Conceptual: "Cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, (...) que tenga por objeto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación" Castro (2001), p.7.

Definición Operacional: Respuestas dadas por mujeres y hombres en cargos gerenciales, al responder el instrumento de recolección de la información del estudio.

La variable del estudio se encuentra constituida por dos dimensiones, a saber:

1. **Factores Sociodemográficos:** La dimensión sociodemográfica se refiere al análisis de las características demográficas, por medio de la obtención de información enfocada en la dinámica poblacional asociada a fenómenos sociales, incorporando indicadores como: sexo, estado civil, edad cronológica, número de hijos, nivel educativo y profesión.

2. **Factores Laborales:** La dimensión laboral está compuesta por elementos que se encuentran dentro del ámbito profesional, ligados directamente a la naturaleza y características del crecimiento y experiencia que posee el trabajador con relación a su trabajo, incorporando indicadores como: cargo actual, antigüedad en la empresa, horas trabajadas diariamente, años de experiencia, tiempo de la última promoción, cargos ocupados en los últimos 10 años, duración en otros cargos gerenciales, salario mensual y beneficios recibidos.

Tabla N° 3: Tabla de Conceptualización de los distintos indicadores.

Indicador	Definición
Sexo	Se refiere a un conjunto de características biológicas y fisiológicas que diferencian a las mujeres de los hombres (Canadian Institutes of Health Research, 2014).
Estado Civil	Se refiere a la situación estable o permanente en la que se encuentra una persona en relación con sus circunstancias personales y con la legislación, y que va a determinar la capacidad de obrar y los efectos jurídicos que posee cada individuo (Arribas, 2018).
Edad	Tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento de un ser vivo (Pérez y Gardey, 2012).
Número de Hijos	Se refiere al número total de hijos nacidos vivos que haya tenido la madre hasta el momento en que está registrando a su último hijo (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2004).
Nivel Educativo	Se entiende el grado más alto completado dentro del nivel más avanzado que haya cursado el padre o la madre, contrayentes, divorciados y suicidas en el sistema educativo del país donde recibió la educación (Instituto Nacional de Estadística, 2011).

Profesión	Se refiere a la tarea o actividad que desempeñó la población ocupada en su trabajo durante la semana de referencia (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, s.f).
Cargo Actual	El puesto se compone de todas las actividades que desempeña una persona (el ocupante), que se engloban en un todo unificado y que aparece en cierta posición formal en el organigrama de la empresa (Chiavenato, 2009, p. 203).
Antigüedad en la Empresa	Tiempo durante el cual la persona ha estado trabajando de manera ininterrumpida para la misma unidad económica en su trabajo principal, independientemente de los cambios de puesto o funciones que haya tenido dentro de la misma (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2007, p.233).
Horas Trabajadas	Número de horas, diferentes a las de la semana de referencia, que normalmente labora la población ocupada en su trabajo principal (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2007, p.236).
Experiencia Laboral	Conocimiento o habilidad que se adquiere mediante la práctica de una actividad económica (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2007, p.235).
Ascenso / Promoción	Progreso o mejora de posición de trabajo en la estructura de la empresa. Se escala en la jerarquía organizacional (Billikopf, (2006); c/p. Añor y González, (2017)).
Movilidad Laboral	La movilidad del trabajo significa la habilidad y la capacidad del trabajo para moverse de un lugar a otro, o de una ocupación a otra, o de un trabajo a otro o de una industria a otra (Shaikh, s.f).
Salario Mensual	Se entiende por salario a toda retribución que percibe una persona a cambio de un servicio prestado con su trabajo, a otra, para alguna actividad productiva o la realización de un servicio (Urquijo y Bonilla, 2008, p.30).
Beneficios	Se entiende como toda aquella variedad de compensaciones concebidas usualmente a los empleados más allá del salario básico (Urquijo y Bonilla, 2008, p.369).

Tabla N° 4: Operacionalización de las variables.

Variable	Dimensiones	Sub Dimensiones	Indicadores	Items
Desigualdad en Condiciones Sociodemográficos y Laborales de Gerentes Hombres y Mujeres en el Sector Retail.	Factores Sociodemográficos	Sexo.	Masculino Femenino	1
		Estado Civil.	Soltero (a) Casado (a) Divorciado (a) Concubino (a) Viudo (a)	2
		Edad Cronológica.	29 - 33 años 34 – 38 años 39 – 43 años 44 – 48 años 49 – 53 años 54 – 58 años 59 años o más	3
		Número de hijos.	0 hijos 1 hijo 2 hijos 3 hijos 4 o más hijos	4
		Nivel educativo.	Técnico Superior (TSU) Universitario Post-Grado Doctorado	5
		Profesión	Pregunta Abierta.	6
	Factores Laborales	Duración en el cargo actual.	1-5 años 6-10 años 11-15 años 16 - 20 años 21 años o más	7
		Antigüedad en la empresa actual.	Menos de 1 año 1-5 años 6-10 años 11-15 años 16-20 años 21 años o más	8
		Horas trabajadas diariamente (en promedio).	Cuatro (4) horas Ocho (8) horas Diez (10) horas Doce (12) horas	9
		Años de Experiencia	Menos de 12 años 12-16 años 17-21 años 22-26 años 27-31 años 32-36 años 37 años o más	10
		Tiempo de la última promoción.	Menos de 1 año Un (1) años Dos (2) años Tres (3) años Cuatro (4) años Cinco (5) o más años	11
		Números de Cargos Ocupados en los últimos 10 años.	Un (1) cargo Dos (2) cargos Tres (3) cargos Cuatro (4) cargos Cinco (5) o más	12

		Total de años ocupando diferentes cargos gerenciales a lo largo de su carrera profesional.	1-5 años 6-10 años 11-15 años 16-20 años 21 años o más	13
		Salario Mensual Actual	288.000,00 Bs.S. – 306.000,00 Bs.S. 306.001,00 Bs. S – 324.001,00 Bs. S. 324.002,00 Bs. S. – 342.002,00 Bs. S. 342.003,00 Bs. S. – 360.003,00 Bs. S. 360.004,00 Bs. S. – 378.004,00 Bs. S. 378.005,00 Bs. S – 396.005,00 Bs. S. 396.006,00 Bs. S. – 414.006,00 Bs. S. 414.007,00 Bs. S. – 432.007,00 Bs. S. 432.008,00 Bs. S. – 450.008,00 Bs. S. 450.009,00 Bs. S. – 468.009,00 Bs. S. 468.010,00 Bs. S. – 486.010,00 Bs. S. 486.011,00 Bs. S. – 504.011,00 Bs. S. 504.012,00 Bs. S – 522.012,00 Bs. S. 522.013,00 Bs. S. – 540.013,00 Bs. S 540.014,00 Bs. S. – 558.014,00 Bs. S. 558.015,00 Bs. S. – 576.015,00 Bs. S. 576.016,00 Bs. S. – 594.016,00 Bs. S. 594.017,00 Bs. S. – 612.017,00 Bs. S. 612.018,00 Bs. S. – 630.018,00 Bs. S. 630.019,00 Bs S. – 648.019,00 Bs. S. 648.020,00 Bs. S. – 666.020,00 Bs. S. 666.021,00 Bs. S. – 684.021,00 Bs. S. 684.022,00 Bs. S. – 702.022,00 Bs. S. 702.023,00 Bs. S – 720.023,00 Bs. S. 720.024,00 Bs. S. – 738.024,00 Bs. S. 738.025,00 Bs. S. – 756.025,00 Bs. S. 756.026,00 Bs. S. – 774.026,00 Bs. S. 774.027,00 Bs. S. – 792.027,00 Bs. S. 792.028,00 Bs. S. – 810.028,00 Bs. S. 810.029,00 Bs. S. – 828.029,00 Bs. S. 828.030,00 Bs S. – 846.030,00 Bs. S. 846.031,00 Bs. S. – 864.031,00 Bs. S. 864.032,00 Bs. S. – 882.032,00 Bs. S. 882.033,00 Bs. S. – 900.033,00 Bs. S. 900.034,00 Bs. S. – 918.034,00 Bs. S. 918.035,00 Bs S. – 936.035,00 Bs. S. 936.036,00 Bs. S. – 954.036,00 Bs. S. 954.037,00 Bs. S. – 972.037,00 Bs. S. 972.038,00 Bs. S. – 990.038,00 Bs. S. 990.039,00 Bs. S. – 1.008.039,00 Bs. S.	14
		Beneficios Recibidos Actualmente	Anticipo de Prestamos Sociales Compensación Variable Descuentos en Supermercados de la marca. Pago Bono de Cumpleaños. Pago Bono en Dólares. Pago Bono por Desempeño. Pago Bono Regalo Navideño para hijos. Pago de Días vacacionales adicionales. Programa de estudios y formación para hijos (becas/créditos). Programa de estudios y formación para trabajadores (becas/créditos). Pago de Gimnasio o actividad física deseada. Pago de seguro de vida Básico. Pago seguro de accidentes y muerte. Pago Seguro en Dólares. Pago plan médico HCM exceso. Pago de Viáticos. Tarjeta de crédito corporativa. Ayuda mantenimiento de vehículo.	15

Fuente: Adaptación del Instrumento de Añor y González (2017). Elaboración Propia (2019).

4. Técnica de Recolección de Datos

Con la finalidad de recolectar los datos necesarios para dar explicación a los objetivos de la investigación se utilizó como técnica la encuesta, Stracuzzi y Martins (2012) señalan que la misma se trata de "una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema en particular" (p.72).

La encuesta utilizada fue una adaptación al instrumento realizado por Añor y González (2017), la cual estuvo estructurada con 15 ítems vinculados al objetivo general de la investigación; que fueron respondidos por los hombres y mujeres en cargos gerenciales de las áreas administrativas adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas.

Específicamente, la encuesta estuvo estructurada en forma de cuestionario, con preguntas mixtas, es decir, se combinaron preguntas cerradas donde a los gerentes, se le presentaron alternativas de respuestas de las cuales debían seleccionar la que mejor se adecue a ellos; de igual manera, se presentaron preguntas abiertas en donde los gerentes debían desarrollar la respuesta sin seguir un patrón. En tal sentido, el diseño original del instrumento se estructuró en dos partes, a saber:

Parte 1: Instrucciones.

Parte 2: Indicadores referentes a las dimensiones sociodemográficas y las dimensiones laborales.

Una vez terminado el diseño del instrumento, se sometió a la validación de expertos, con la finalidad de que los mismos determinarán la correspondencia entre los ítems y lo que se pretende medir, por ende, su validez.

De igual forma, las observaciones de los evaluadores permitieron eliminar aspectos irrelevantes e incorporar otros con mayor pertinencia con el estudio, así como modificar aquellos que lo requirieron. La validación se realizó con la ayuda de tres expertos: dos en el área de compensación y un tercero en el área de Recursos Humanos en empresas del sector retail.

De forma específica, los expertos proporcionaron asesoramiento en aspectos referentes a preguntas en las que se habían establecido, originalmente, rangos, tales como: los ítems de edad, duración en el cargo actual, años de experiencia y ascenso/promoción del trabajador, aconsejando que estos rangos se cambiarán por preguntas abiertas, y al momento de ingresar los datos en el programa SPSS se establecieran los rangos necesarios, utilizando aquellos valores reportados en la encuesta. Argumentaron que así se les podía dar la posibilidad a los gerentes objeto de estudio, de proporcionar con más exactitud los datos que requiere la investigación. Del mismo modo, los expertos ayudaron en aspectos referentes al diseño y estructuración de la misma.

Con el fin de establecer la confiabilidad del instrumento, se procedió a realizar un estudio piloto a una muestra de 10 gerentes provenientes de la Empresa A. Considerando los 15 ítems que forman parte del instrumento utilizado para la recolección de los datos, se calculó el Alfa de Cronbach y se obtuvo un resultado de 0,706 de confiabilidad para el instrumento Desigualdad entre hombres y mujeres en el sector retail.

Tabla N° 5: Alfa de Cronbach.

Instrumento	**Alfa de Cronbach**
Desigualdad entre hombres y mujeres en el sector retail.	,706

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Con los resultados aportados tanto por los evaluadores del instrumento en la validación de expertos y con los del estudio piloto, se estructuró el instrumento final que se presenta en el Anexo A.

5. Proceso de Recolección de los Datos

- Principalmente, se procedió a realizar la adaptación al instrumento utilizado por Añor y González (2017), dicho instrumento se sometió a la validación de expertos y a un estudio piloto previo a la aplicación a la muestra de la investigación, el cual se realizó por medio de la aplicación a 10 gerentes con características similares a la de los gerentes que formaron parte de la muestra objeto del estudio.

- Una vez realizada y comprobada la validez del instrumento por medio de los resultados de la validación de expertos y del estudio piloto del instrumento, se procedió a efectuar el contacto con las diferentes empresas del sector retail, a fin de solicitar su colaboración y disposición a participar en la investigación, teniendo como meta obtener tres (3) instituciones interesadas para conformar la muestra total. Es necesario acotar que, debido a la situación actual del país muchas empresas no estuvieron dispuestas a revelar información considerada como confidencial, es por esto que solo se logró contar con la ayuda de dos (2) instituciones para la realización de este estudio.

- Luego se prosiguió a suministrarles, a las dos (2) organizaciones interesadas en participar del estudio, toda la información referente a la investigación como: el objetivo de estudio, el instrumento a utilizar y la carta de compromiso, lo cual tuvo como finalidad detallar la información que los gerentes suministrarán a las investigadoras y el establecer factores éticos en cuanto al manejo de dichos datos.

- Se procedió a solicitar información pertinente para el estudio, tal como datos de los gerentes del área administrativa involucrados en el estudio, con el fin de estipular parámetros relacionados con la logística a seguir en el llenado y entrega del instrumento, concluyendo que el mejor método para realizar la encuesta era de manera Online, garantizando en todo momento la confiabilidad de la información suministrada por las empresas.

- Los datos recabados fueron tabulados por medio del programa SSPS y respectivamente analizados por medio del uso de los estadísticos descriptivos. De igual forma, se realizó una diferencia de medias entre los datos de hombres y mujeres gerentes, para posteriormente presentar los resultados en tablas y gráficos pertinentes.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta el análisis estadístico de los resultados obtenidos, que fueron procesados por medio del Programa Estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para las Ciencias Sociales, en la versión SPSS 22.0 para Windows.

A fin de determinar los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos en dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019, se consideraron dos dimensiones de la variable a estudiar, tal como se expuso en el apartado referido a la variable de estudio:

1.- La dimensión sociodemográfica, que mide los factores de sexo, estado civil, edad cronológica, número de hijos, nivel educativo y profesión.

2.- La dimensión laboral, referida a los factores cargo actual, antigüedad en la empresa, horas trabajadas diariamente, años de experiencia, tiempo de la última promoción, cargos ocupados en los últimos 10 años, duración en otros cargos gerenciales, salario mensual y beneficios recibidos.

La presentación de los resultados de estas dos dimensiones se realiza en dos secciones relacionadas con las dimensiones de la variable. El primer bloque está compuesto por la dimensión sociodemográfica, así pues, el segundo bloque está compuesto por los datos laborales. Ambos apartados se exponen en dos partes, a saber: en un primer segmento se presentaron los datos generales de toda la muestra del estudio, y la segunda parte estuvo conformada por los resultados por cada una de las empresas objeto de estudio por separado; así como los cálculos de diferencias de medias, con el propósito de determinar si al existir diferencias entre los datos reportados entre gerentes del sexo femenino y del sexo masculino, estos son estadísticamente significativos.

Una vez realizados los cálculos correspondientes, se procedió a realizar la comparación de los resultados, para así conocer si están presentes factores asociados a lo que se ha denominado “Desigualdad entre hombres y mujeres” en estos cargos. Vale

recordar que, dichos cálculos se realizaron en base a una muestra general de 43 gerentes, pertenecientes a 31 gerentes de la Empresa A y 12 gerentes de la Empresa B.

A continuación, se presentarán con detalle los resultados del presente estudio, mediante el desglose de las dos dimensiones de la variable a estudiar: sociodemográficas y laborales con sus respectivas subdimensiones:

Parte I: Análisis Descriptivos de los Factores Sociodemográficos de la Muestra Total del Sector Retail.

En el presente apartado se muestran los resultados globales de la caracterización sociodemográfica de la muestra total del estudio, detallando aspectos como el sexo, estado civil, edad cronológica, número de hijos, nivel educativo y profesión.

Tabla N° 6: Dimensión Sociodemográfica Sexo y Edad.

Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
29 a 33 años	0	6	6
34 a 38 años	2	4	6
39 a 43 años	5	5	10
44 a 48 años	2	6	8
49 a 53 años	4	0	4
54 a 58 años	6	2	8
59 años o más	0	1	1
Total	**19**	**24**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al realizar la medición total de los cuarenta y tres (43) gerentes encuestados se consiguió, que el mayor número de los gerentes de la muestra pertenecen al sexo femenino, es decir, veinticuatro (24) y diecinueve (19) son del sexo masculino.

Globalmente, la medición por edades de la muestra final evidencia que el mayor número de las mujeres veintiuno (21) se encuentran en rangos de edades que abarcan desde

los 29 años de edad a los 48 años de edad, a diferencia de los hombres que se ubican predominantemente en los rangos de 34 a 43 años de edad con cinco (5) gerentes, seguido del rango de 49 a 58 años de edad, con diez (10) gerentes en total, lo que indica que los gerentes del sexo masculino de la muestra tienden a poseer más edad que las gerentes mujeres objeto de estudio.

Específicamente, el rango por edades con igual proporción de gerentes para ambos sexos, es el rango de 39 a 43 años de edad, con una cantidad correspondiente de cinco (5) gerentes hombres y cinco (5) gerentes mujeres.

Al analizar la Tabla N° 6 se puede observar que los rangos de edades de 44 a 48 años, se encuentran constituidos en su mayoría por mujeres (6), a diferencia del rango de 54 a 58 años conformado mayormente por hombres (6); a pesar de que el rango de edad de 59 años o más reportó la existencia de una (1) gerente del sexo femenino, se corrobora lo ya planteado, que en esta muestra los gerentes del sexo masculino poseen más edad que las gerentes de sexo femenino.

Tabla N° 7: Dimensión Sociodemográfica Sexo, Estado Civil, Número de Hijos y Nivel Educativo.

Sexo	Total	Estado Civil	Número de Hijos	Nivel Educativo			Total
				TSU	Universitario	Postgrado	
Hombre	19	Soltero	Cero hijos	0	0	1	1
			Dos hijos	0	1	0	1
		Total		**0**	**1**	**1**	**2**
		Casado	Cero hijos	1	1	0	2
			Un hijo	1	2	2	5
			Dos hijos	3	3	2	8
			Tres hijos	0	1	0	1
		Total		**5**	**7**	**4**	**16**
		Divorciado	Un hijo	0	0	1	1
		Total		**0**	**0**	**1**	**1**
Total Hombres				**5**	**8**	**6**	**19**
Mujer	24	Soltero	Cero hijos	0	3	2	5
			Un hijo	1	1	0	2
		Total		**1**	**4**	**2**	**7**
		Casado	Cero hijos	0	3	1	4
			Un hijo	1	3	2	6
			Dos hijos	0	1	1	2
		Total		**1**	**7**	**4**	**12**
		Divorciado	Cero hijos	1	0	0	1
			Un hijo	1	1	1	3
		Total		**2**	**1**	**1**	**4**
		Concubino	Cero hijos	0	1	0	1
		Total		**0**	**1**	**0**	**1**
Total Mujeres				**4**	**13**	**7**	**24**
Total General	43	Soltero	Cero hijos	0	3	3	6
			Un hijo	1	1	0	2
			Dos hijos	0	1	0	1
		Total		**1**	**5**	**3**	**9**
		Casado	Cero hijos	1	4	1	6
			Un hijo	2	5	4	11
			Dos hijos	3	4	3	10
			Tres hijos	0	1	0	1
		Total		**6**	**14**	**8**	**28**
		Divorciado	Cero hijos	1	0	0	1
			Un hijo	1	1	2	4
		Total		**2**	**1**	**2**	**5**
		Concubino	Cero hijos	0	1	0	1
		Total		**0**	**1**	**0**	**1**
Total General				**9**	**21**	**13**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al analizar la distribución de los gerentes pertenecientes a las dos empresas estudiadas del sector retail según su estado civil, se contrastaron las variable número de hijos y nivel educativo, a fin de conocer la tendencia de la muestra referente a este tema, tal como se observa en la Tabla N° 7.

En dicha Tabla, se puede observar, considerando la muestra general de los gerentes que el estado civil predominante es casado con veintiocho (28) gerentes, de los cuales catorce (14) poseen un nivel educativo universitario, ocho (8) gerentes reportaron la obtención de un título universitario con algún estudio de postgrado, de igual manera, veintiún (21) gerentes reportaron tener 1 o 2 hijos.

De manera más específica, dieciséis (16) de los gerentes del sexo masculino también guardan estas mismas características de la muestra general, es decir, son casados, con 1 a 2 hijos y con un nivel educativo universitario con algún estudio de postgrado. Con respecto al estado civil de soltero y divorciado, el número de gerentes en estas categorías es poco significativo, al ubicarse dos (2) y un (1) gerente respectivamente.

En cuanto a los gerentes de sexo femenino, el mayor número (12) se encuentran en el estado civil casada, de los cuales siete (7) registran un nivel educativo universitario, cuatro (4) poseen títulos universitarios con algún estudio de postgrado y diez (10) reportan tener un número de hijos entre 1 y 0 hijos.

Un aspecto que destaca entre los gerentes del sexo femenino y los gerentes de sexo masculino y establece diferencias entre ellos, es que entre las gerentes mujeres está presente el estado civil de divorciada y concubino; adicionalmente puede extraerse que el número de hijos es menor ya que es, predominantemente, entre 0 y 1 hijos, a diferencia de los gerentes hombres que reportan tener de 1 a 3 hijos.

Tabla N° 8: Dimensión Sociodemográfica Sexo, Profesión y Nivel Educativo.

Sexo	Total	Profesión	Nivel Educativo			Total
			TSU	Universitario	Postgrado	
Hombre	19	Abogado	0	1	2	3
		Administrador	4	5	3	12
		Contador	0	2	0	2
		Informático	1	0	0	1
		Ingeniero	0	0	1	1
Total Hombre			**5**	**8**	**6**	**19**
Mujer	24	Abogado	0	0	1	1
		Administrador	1	7	1	9
		Comunicador Social	0	1	0	1
		Contador	0	0	1	1
		Gerencia Financiera	1	0	0	1
		Industriólogo	0	3	2	5
		Ingeniero	0	0	2	2
		Lic. Ciencias Fiscales	0	2	0	2
		Publicista	1	0	0	1
		Técnico en Estadística	1	0	0	1
Total Mujer			**4**	**13**	**7**	**24**
Total	43	Abogado	0	1	3	4
		Administrador	5	12	4	21
		Comunicador Social	0	1	0	1
		Contador	0	2	1	3
		Gerencia Financiera	1	0	0	1
		Industriólogo	0	3	2	5
		Informático	1	0	0	1
		Ingeniero	0	0	3	3
		Lic. Ciencias Fiscales	0	2	0	2
		Publicista	1	0	0	1
		Técnico en Estadística	1	0	0	1
Total General			**9**	**21**	**13**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

De la información suministrada por la Tabla N° 8 se puede extraer que, para el momento de recabar la información en las dos empresas estudiadas del sector retail, las gerentes del sexo femenino abarcan una mayor cantidad de profesiones a un nivel universitario, entre las cuales se encuentran: Abogado, Administrador, Comunicador

Social, Contador, Industriólogo, Ingeniero y Ciencias Fiscales, lo que les acredita un nivel educativo principalmente universitario para trece (13) gerentes mujeres, adicionalmente siete (7) evidencian la obtención de títulos universitarios con estudios de postgrados. Finalmente, se observó que cuatro (4) gerentes femeninas reportan tener un grado de formación de técnico superior universitario (TSU), en carreras como: Gerencia Financiera, Publicidad y Técnico en Estadística.

Por otro lado, se puede extraer que, a diferencia de las gerentes femeninas, los gerentes del sexo masculino adscritos a las dos empresas del sector retail, ocho (8) reportan estar graduados en carreras universitarias, tales como: Abogado, Administrador, Contador e Ingeniero, adicionalmente seis (6) gerentes indican la realización de estudios universitarios con postgrados. Así mismo, se puede extraer que cinco (5) gerentes reportan tener un grado de formación en técnico superior universitario (TSU), en carreras como: Administración e Informática. Lo que confirma que en esta muestra las gerentes mujeres suelen poseer un nivel educativo de mayor nivel y variación de carreras o profesiones universitarias con algún estudio de postgrado que los gerentes hombres pertenecientes a la muestra.

A continuación, se muestran los resultados específicos por empresas de la caracterización sociodemográfica de la muestra total del estudio, detallando aspectos como el sexo, estado civil, edad cronológica, número de hijos, nivel educativo y profesión:

a) Edad Cronológica

Tabla N° 9: Edad Cronológica de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Edad	29 a 33 años	0	4	4
		34 a 38 años	2	3	5
		39 a 43 años	5	5	10
		44 a 48 años	1	3	4
		49 a 53 años	2	0	2
		54 a 58 años	3	2	5
		59 años o mas	0	1	1
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Edad	29 a 33 años	0	2	2
		34 a 38 años	0	1	1
		44 a 48 años	1	3	4
		49 a 53 años	2	0	2
		54 a 58 años	3	0	3
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al analizar el factor edad de los gerentes de la Empresa A, se puede observar que, la mayoría de los gerentes, es decir, diez (10) se ubican en el rango de edad de 39 a 43 años, con una cantidad correspondiente a cinco (5) gerentes femeninas y cinco (5) gerentes masculinos, seguido por cinco (5) gerentes en el rango entre 34 a 38 años constituido por tres (3) gerentes mujeres y dos (2) gerentes masculinos; por otro lado, el rango de 54 a 58 años reportó, de igual forma, un total de cinco (5) gerentes, específicamente tres (3) hombres y dos (2) mujeres.

En cuanto a la edad de los gerentes de la Empresa B, se puede apreciar que, la mayor proporción, es decir, cuatro (4) gerentes se encuentran en el rango de edad de 44 a 48 años, constituido concretamente por tres (3) gerentes mujeres y un (1) gerente hombre, seguido por el rango de 54 a 58 años el cual es ocupado en su totalidad por tres (3) gerentes masculinos.

b) Estado Civil

Tabla N° 10: Estado Civil de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Estado Civil	Soltero	2	5	7
		Casado	11	8	19
		Divorciado	0	4	4
		Concubino	0	1	1
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Estado Civil	Soltero	0	2	2
		Casado	5	4	9
		Divorciado	1	0	1
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Con respecto a la dimensión estado civil de los gerentes pertenecientes a la Empresa A, se puede extraer que, el mayor número de gerentes (19) son casados, específicamente ocho (8) gerentes mujeres y once (11) gerentes hombres; mientras que el menor número de gerentes, es decir, doce (12) se encuentran distribuidos en las categorías de estado civil correspondientes a siete (7) gerentes solteros, cuatro (4) divorciados y un (1) concubino.

En cuanto al estado civil de los gerentes de la Empresa B, se puede observar que, la mayor proporción de gerentes, es decir, nueve (9) pertenecen a la categoría de casados, concretamente cinco (5) gerentes masculinos y cuatro (4) gerentes femeninas; mientras que la menor proporción de los gerentes, tres (3), se ubican en las categorías del estado civil de soltero con dos (2) gerentes mujeres y un (1) gerente hombre divorciado.

c) Número de hijos

Tabla N° 11: Número de Hijos de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Hijos	Cero hijos	3	9	12
		Un hijo	4	8	12
		Dos hijos	6	1	7
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Hijos	Cero hijos	0	2	2
		Un hijo	2	3	5
		Dos hijos	3	1	4
		Tres hijos	1	0	1
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al analizar la dimensión vinculada con el número de hijos que poseen los gerentes de la Empresa A, se puede extraer que, la mayor cantidad de gerentes femeninas, es decir, nueve (9) indicaron no tener hijos, mientras que, nueve (9) gerentes mujeres reportaron tener de 1 a 2 hijos. En el caso de los gerentes masculinos, la mayor proporción de estos diez (10), reportó tener entre 1 y 2 hijos; mientras que tres (3) informaron no tener hijos. Vale la pena destacar que, el número de hijos de los gerentes masculinos es mayor al de las gerentes femeninas.

Con respecto a la cantidad de hijos que tienen los gerentes de la Empresa B, se observa que, la totalidad de los gerentes masculinos, es decir seis (6), reportaron tener entre 1 y 3 hijos, concretamente cinco (5) gerentes tienen de 1 a 2 hijos y un (1) gerente reportó tener 3 hijos. En cambio, las gerentes femeninas (6) se encuentran distribuidas en las categorías de 0 a 2 hijos, específicamente dos (2) de las gerentes reportaron no tener hijos, tres (3) gerentes tienen 1 hijo y una (1) gerente posee 2 hijos.

Es importante destacar que, al analizar la Empresa B se encontró que la totalidad de seis (6) de los gerentes hombres indicaron tener hijos, no siendo éste el caso para las mujeres gerentes, tal como se acaba de presentar en el análisis de los datos. El comportamiento de los datos en el sector retail refleja que la cantidad de hijos es menor en

las gerentes mujeres, lo cual parece indicar que las trabajadoras se encuentran más enfocadas en su crecimiento profesional y no en el familiar.

d) Nivel Educativo

Tabla N° 12: Nivel Educativo de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Nivel Educativo	TSU	4	3	7
		Universitario	6	9	15
		Post-grado	3	6	9
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Nivel Educativo	TSU	1	1	2
		Universitario	2	4	6
		Post-grado	3	1	4
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Con respecto al nivel educativo de la Empresa A, se puede observar que de los treinta y un (31) gerentes estudiados, en general, es una muestra que tiende a poseer un grado de instrucción predominantemente universitario siendo representado por quince (15) gerentes. Adicionalmente nueve (9) gerentes reportaron la obtención de títulos universitarios con algún estudio de postgrado. A pesar de que existen dieciocho (18) gerentes mujeres, lo cual representa la mayoría de la muestra, a diferencia de los gerentes hombres los cuales se encuentran representados por trece (13) gerentes, la proporción de gerentes con estudios universitarios se mantienen para ambos sexos. De igual forma, se extraen siete (7) gerentes que poseen un grado de técnico superior universitario (TSU), de los cuales predominan los gerentes del sexo masculino con cuatro (4) gerentes.

Al tomar en consideración el nivel educativo de la Empresa B, se aprecia que, la mayor proporción de gerentes, es decir, diez (10) se encuentran distribuidos de la siguiente manera: seis (6) gerentes cuentan con estudios universitarios, y cuatro (4) reportan la obtención de títulos universitarios con algún estudio de postgrado, adicionalmente la

menor proporción de gerentes, es decir, dos (2) cuentan con estudios de técnico superior universitario (TSU), concretamente un (1) gerente masculino y una (1) gerente femenina.

e) Profesión

Tabla N° 13: Profesión Según el Sexo de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Profesión	Abogado	0	1	1
		Administrador	11	7	18
		Contador	1	1	2
		Industriólogo	0	4	4
		Ingeniero	1	2	3
		Lic. Ciencias Fiscales	0	1	1
		Publicista	0	1	1
		Técnico en Estadística	0	1	1
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Profesión	Abogado	3	0	3
		Administrador	1	2	3
		Comunicador Social	0	1	1
		Contador	1	0	1
		Gerencia Financiera	0	1	1
		Industriólogo	0	1	1
		Informático	1	0	1
		Lic. Ciencias Fiscales	0	1	1
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al tomar en consideración la profesión de los gerentes de la Empresa A, se puede contemplar que dieciocho (18) gerentes son de la carrera de Administración, específicamente once (11) gerentes masculinos y siete (7) gerentes femeninas. Vale la pena destacar que los gerentes restantes (13), se encuentran distribuidos de la siguiente manera: cuatro (4) Industriólogos, tres (3) Ingenieros, dos (2) Contadores, un (1) Abogado, un (1) Licenciado en Ciencias Fiscales, un (1) Publicista y un (1) Técnico en Estadística.

Con respecto a la profesión de los gerentes de la Empresa B, se puede visualizar que el mayor número de gerentes, seis (6), son profesionales en las carreras de Derecho y Administración, distribuidos de la siguiente manera: tres (3) de los gerentes masculinos son Abogados y tres (3) son Administradores, siendo dos (2) del sexo femenino y un (1)

hombre. Por otra parte, los gerentes hombres y las gerentes mujeres restantes (6), se distribuyen en diferentes profesiones, tales como: un (1) Comunicador Social, un (1) Contador, un (1) profesional en Gerencia Financiera, un (1) Industriólogo, un (1) Informático y un (1) Licenciado en Ciencias Fiscales.

Parte II: Análisis Descriptivos de los Factores Laborales de la Muestra Total del Sector Retail.

A continuación, se presenta el detalle de la distribución en cuanto a las características laborales expuestas por la muestra final de cuarenta y tres (43 gerentes), dicha dimensión abarca factores como: cargo actual, antigüedad en la empresa, horas trabajadas diariamente, años de experiencia, tiempo de la última promoción, cargos ocupados en los últimos 10 años, duración en otros cargos gerenciales, salario mensual y beneficios recibidos.

Tabla N° 14: Distribución Muestral General según Antigüedad, Duración del Cargo Actual y Sexo, dentro de las empresas estudiadas.

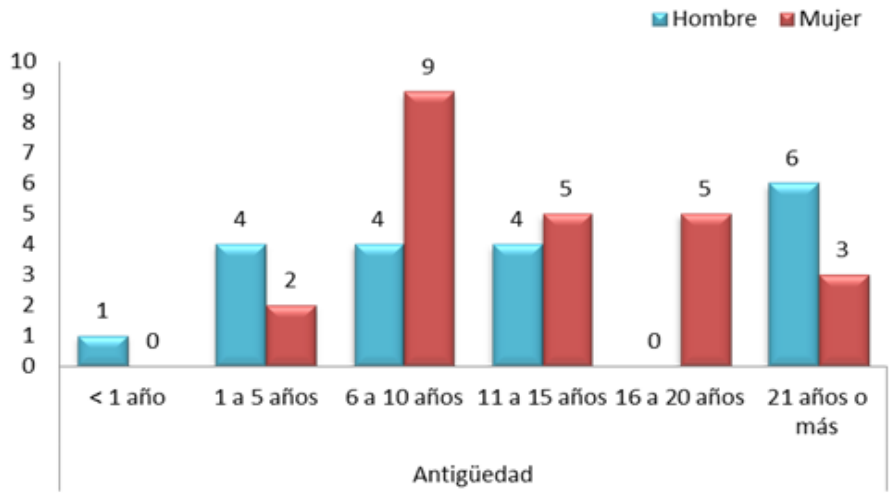
Antigüedad	Duración del Cargo Actual	Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Menos de 1 año	1 a 5 años	1	0	1
	Total	**1**	**0**	**1**
1 a 5 años	1 a 5 años	4	2	6
	Total	**4**	**2**	**6**
6 a 10 años	1 a 5 años	0	6	6
	6 a 10 años	4	3	7
	Total	**4**	**9**	**13**
11 a 15 años	1 a 5 años	3	3	6
	6 a 10 años	0	2	2
	11 a 15 años	1	0	1
	Total	**4**	**5**	**9**
16 a 20 años	1 a 5 años	0	1	1
	6 a 10 años	0	3	3
	11 a 15 años	0	1	1
	Total	**0**	**5**	**5**
21 años o más	6 a 10 años	4	1	5
	11 a 15 años	1	1	2
	16 a 20 años	1	1	2
	Total	**6**	**3**	**9**
Total Duración del Cargo Actual	1 a 5 años	8	12	20
	6 a 10 años	8	9	17
	11 a 15 años	2	2	4
	16 a 20 años	1	1	2
Total General		**19**	**24**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Tomando en consideración la Tabla N° 14, se presenta la distribución de los gerentes según su antigüedad, duración en el cargo actual y sexo, como se puede apreciar se obtuvo que de los cuarenta y tres (43) gerentes, trece (13) se ubican en un rango de antigüedad en la empresa entre 6 a 10 años, con una duración en el cargo actual de 1 a 10 años, representado mayormente por nueve (9) gerentes el sexo femenino. Por otra parte, se encontró que el rango de antigüedad de 11 a 15 años registró nueve (9) gerentes, de los cuales seis (6) presentan una duración en el cargo actual de 1 a 10 años en las empresas encuestadas y un (1) gerente con una duración en el cargo actual de 11 a 15 años; este dato hace referencia al tipo de movilidad interna que existe en estas dos empresas.

Es importante mencionar que, de igual forma, en el rango de antigüedad de 21 años o más se encuentra representado por nueve (9) gerentes, los cuales poseen una duración en el cargo actual de 6 años a 20 años, predominando el sexo masculino con seis (6) gerentes. En cambio, el rango de 16 a 20 años de antigüedad se encuentra representado en su totalidad por cinco (5) gerentes mujeres. Por lo que los gerentes hombres poseen una mayor antigüedad que las gerentes mujeres y estas últimas a su vez, cuentan con una mayor movilidad interna u oportunidades de desarrollo.

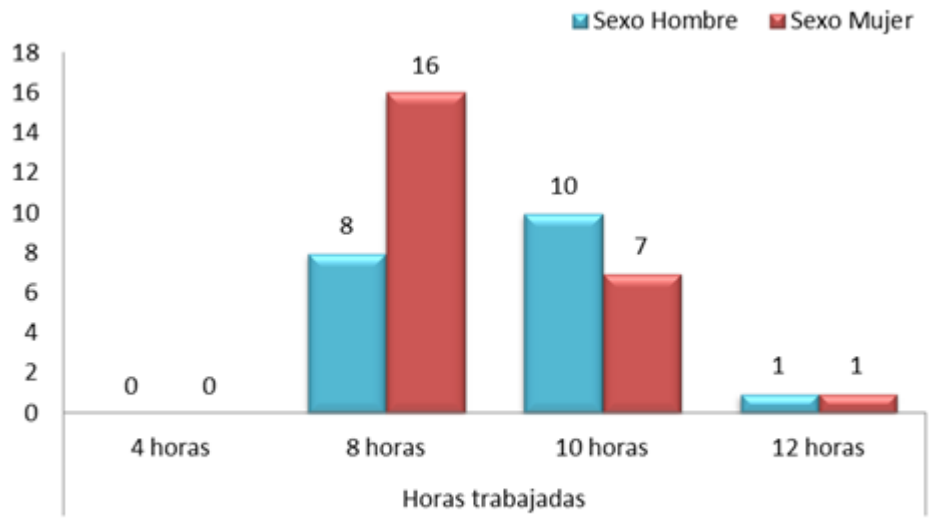
Gráfico N° 1: Distribución General de la Muestra Final según Antigüedad y Sexo, dentro de las Empresas Estudiadas.



Fuente: Elaboración Propia (2019)

Se debe tener en cuenta, tal como se observa en el Gráfico N° 1, que la mayor cantidad de gerentes masculinos seis (6) tienden a permanecer por más tiempo en las empresas estudiadas pertenecientes al sector retail, ya que presentan una antigüedad de 21 años o más. En cambio, nueve (9) de las gerentes mujeres se encuentran en el rango de 6 a 10 años de antigüedad, sin embargo, también se observó que tres (3) gerentes femeninas se ubican en el rango de 21 años o más de antigüedad dentro de las empresas encuestadas.

Gráfico N° 2: Distribución General de la Muestra Final según Hora Trabajadas y Sexo, dentro de las empresas estudiadas.



Fuente: Elaboración Propia (2019).

De acuerdo a lo presentado en el Gráfico N° 2 referente a la distribución de gerentes según horas trabajadas diariamente, se observó que la muestra estudiada en las empresas del sector retail, no reportan trabajar menos de ocho (8) horas diarias, por el contrario, tienden a trabajar diariamente de 8 a 12 horas como máximo.

Se debe tener en cuenta que los gerentes del sexo masculino indicaron una diferenciación a medida que aumentan las horas laborales, ya que diez (10) de los gerentes masculinos reportaron trabajar 10 horas diariamente, mientras que ocho (8) gerentes del sexo masculino reportaron trabajar 8 horas diarias. Por el contrario, dieciséis (16) gerentes del sexo femenino aseguraron trabajar durante 8 horas diarias, y siete (7) gerentes mujeres

trabajan 10 horas diariamente. De igual forma, se encuentran dos (2) gerentes que trabajan 12 horas diarias, referido a una (1) gerente femenina y un (1) gerente masculino.

Tabla N° 15: Distribución Muestral General Según Años de Experiencia, Última Promoción y Sexo.

Años de Experiencia	Última promoción	Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Menos de 12 años	1 año	0	1	1
	2 años	0	2	2
	Total	**0**	**3**	**3**
12 a 16 años	Menos de 1 año	0	1	1
	2 años	0	1	1
	3 años	0	2	2
	4 años	1	0	1
	5 años o más	0	1	1
	Total	**1**	**5**	**6**
17 a 21 años	Menos de 1 año	0	1	1
	2 años	0	2	2
	3 años	1	1	2
	5 años o más	6	4	10
	Total	**7**	**8**	**15**
22 a 26 años	1 año	0	1	1
	4 años	0	1	1
	5 años o más	0	3	3
	Total	**0**	**5**	**5**
27 a 31 años	Menos de 1 año	1	0	1
	4 años	1	0	1
	5 años o más	2	2	4
	Total	**4**	**2**	**6**
32 a 36 años	Menos de 1 año	1	0	1
	3 años	1	0	1
	5 años o más	3	0	3
	Total	**5**	**0**	**5**
37 años o más	5 años o más	2	1	3
	Total	**2**	**1**	**3**
Total Última Promoción	Menos de 1 año	2	2	4
	1 año	0	2	2
	2 años	0	5	5
	3 años	2	3	5
	4 años	2	1	3
	5 años o más	13	11	24
Total		**19**	**24**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

De acuerdo a lo que se presenta en la Tabla N° 15, considerando la muestra general, se observó que el rango predominante en los años de experiencia de la muestra es de 17 a 21 años de experiencia para un total de quince (15) gerentes; de manera detallada, siete (7) gerentes del sexo masculino y ocho (8) gerentes del sexo femenino. En cuanto al tiempo de su última promoción, diez (10) gerentes de este grupo se ubican en 5 años o más desde su última rotación laboral, específicamente corresponden a seis (6) gerentes hombres y cuatro (4) gerentes mujeres. El resto de los cinco (5) gerentes de esta categoría dieron a conocer que su último ascenso se encuentra en un rango de menos de 1 año a 3 años, concretamente se ubican cuatro (4) gerentes del sexo femenino y un (1) gerente del sexo masculino que reportó que su último ascenso fue hace 3 años.

Estos resultados permiten afirmar que las ocho (8) gerentes mujeres poseen una experiencia entre 17 a 21 años, es decir, tienen una mayor propensión a la rotación interna a diferencia de los gerentes hombres.

Para el resto de los datos de la Tabla N° 15, es importante mencionar que el rango de experiencia de menos de 12 años se encontró representado en su totalidad por tres (3) gerentes del sexo femenino; por el contrario, el rango de 32 a 36 años de experiencia se encuentra representado en su totalidad por cinco (5) gerentes masculinos.

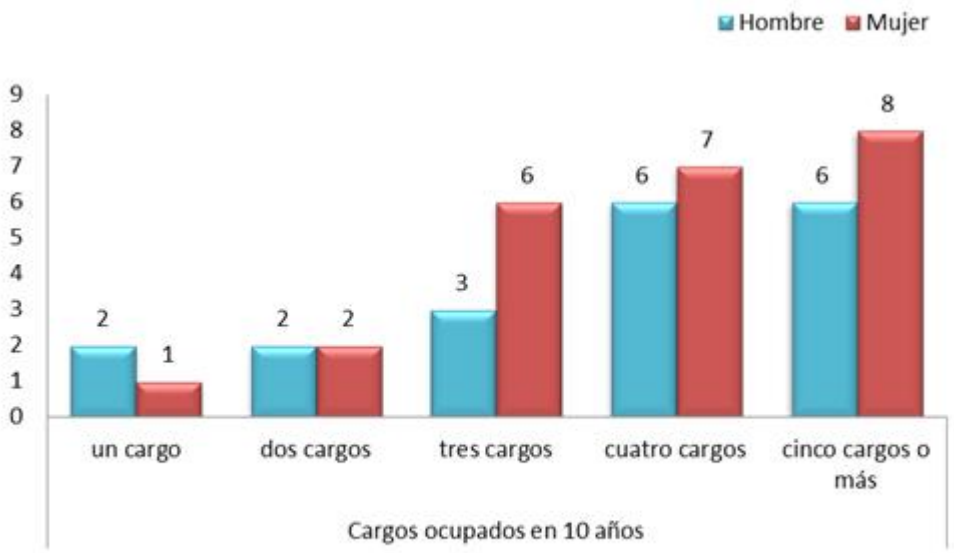
Al analizar todos los datos de la Tabla N° 15, se percibe una tendencia de que las gerentes mujeres con menos años de antigüedad suelen experimentar una mayor movilidad interna en menos tiempo que los gerentes hombres, y luego a medida que se incrementan las categorías referidas a más años de antigüedad, son los gerentes hombres los que experimentan más oportunidades de movilidad que las gerentes mujeres pero en espacios de tiempo que van entre 5 años o más, adicional se observó que en estas categorías se encuentran un menor número de gerentes femeninas.

Tabla N° 16: Distribución Muestral General según Cargos Ocupados en 10 años, Años en diferentes Cargos Gerenciales y Sexo.

Cargos ocupados en 10 años	Años en diferentes cargos Gerenciales	Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Un cargo	1 a 5 años	1	0	1
	11 a 15 años	0	1	1
	Más de 20 años	1	0	1
	Total	**2**	**1**	**3**
Dos cargos	1 a 5 años	0	1	1
	6 a 10 años	0	1	1
	16 a 20 años	2	0	2
	Total	**2**	**2**	**4**
Tres cargos	1 a 5 años	0	2	2
	6 a 10 años	0	1	1
	11 a 15 años	2	1	3
	16 a 20 años	0	2	2
	Más de 20 años	1	0	1
	Total	**3**	**6**	**9**
Cuatro cargos	1 a 5 años	0	3	3
	6 a 10 años	3	2	5
	11 a 15 años	2	2	4
	16 a 20 años	1	0	1
	Total	**6**	**7**	**13**
Cinco cargos o más	1 a 5 años	3	2	5
	6 a 10 años	1	4	5
	11 a 15 años	1	1	2
	Más de 20 años	1	1	2
	Total	**6**	**8**	**14**
Total de Años en Diferentes Cargos Gerenciales	1 a 5 años	4	8	12
	6 a 10 años	4	8	12
	11 a 15 años	5	5	10
	16 a 20 años	3	2	5
	Más de 20 años	3	1	4
Total		**19**	**24**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Gráfico N° 3: Distribución General de la Muestra Final según la Cantidad de Cargos Ocupados en 10 años y Sexo.



Fuente: Elaboración Propia (2019)

Tomando en consideración los datos que se reportan en la Tabla N° 16 en conjunto con el Gráfico N° 3, se extrae que, treinta y seis (36) de los cuarenta y tres (43) gerentes que participaron del estudio, reportaron haber ejercido entre 3 a 5 cargos en los últimos 10 años. De estos treinta y seis (36) gerentes, veintiún (21) pertenecen al sexo femenino y poseen un rango de experiencia en cargos gerenciales de 1 a 10 años; así mismo, quince (15) son del sexo masculino y su experiencia en cargos gerenciales es de 6 a 15 años. Lo cual refuerza los datos antes mencionados, sobre que los gerentes hombres de esta muestra tienden a poseer más años de experiencia que los gerentes mujeres que fueron estudiadas. Esto orienta la idea de que los hombres, en las dos empresas de retail que participaron en la investigación, suelen permanecer en un mismo cargo gerencial más tiempo que las mujeres gerentes; situación que, de igual manera, se vincula con la rotación interna y oportunidades de movilidad que al parecer han tenido más las gerentes mujeres que los gerentes hombres.

Tabla N° 17: Distribución Muestral General según Salario Mensual.

Salario mensual	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
288.000,00 BsS – 306.000,00 Bs.S.	0	5	5
306.001,00 BsS – 324.001,00 BsS	0	0	0
324.002,00 BsS – 342.002,00 BsS.	0	0	0
342.003,00 BsS – 360.003,00 BsS.	0	0	0
360.004,00 BsS – 378.004,00 BsS.	0	1	1
378.005,00 BsS – 396.005,00 BsS.	0	0	0
396.006,00 BsS – 414.006,00 BsS.	4	3	7
414.007,00 BsS – 432.007,00 BsS.	2	0	2
432.008,00 BsS – 450.008,00 BsS.	1	2	3
450.009,00 BsS – 468.009,00 BsS.	0	1	1
468.010,00 BsS – 486.010,00 BsS.	1	3	4
486.011,00 BsS – 504.011,00 BsS.	4	2	6
504.012,00 BsS – 522.012,00 BsS.	0	1	1
522.013,00 BsS – 540.013,00 BsS.	1	2	3
540.014,00 BsS - 558.014,00 BsS.	1	0	1
558.015,00 BsS – 576.015,00 BsS.	2	0	2
576.016,00 BsS – 594.016,00 BsS.	1	0	1
594.017,00 BsS – 612.017,00 BsS.	0	1	1
612.018,00 BsS – 630.018,00 BsS.	0	1	1
630.019,00 BsS – 648.019,00 BsS.	0	0	0
648.020,00 BsS – 666.020,00 BsS.	0	0	0
666.021,00 BsS – 684.021,00 BsS.	0	0	0
684.022,00 BsS – 702.022,00 BsS.	0	0	0
702.023,00 BsS – 720.023,00 BsS.	0	1	1
720.024,00 BsS – 738.024,00 BsS.	0	0	0
738.025,00 BsS – 756.025,00 BsS.	0	0	0
756.026,00 BsS – 774.026,00 BsS.	0	0	0
774.027,00 BsS – 792.027,00 BsS.	0	0	0
792.028,00 BsS – 810.028,00 BsS.	0	1	1
810.029,00 BsS – 828.029,00 BsS.	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia (2019).

828.030,00 BsS – 846.030,00 BsS.	0	0	0
846.031,00 BsS – 864.031,00 BsS.	0	0	0
864.032,00 BsS – 882.032,00 BsS.	0	0	0
882.033,00 BsS – 900.033,00 BsS.	0	0	0
900.034,00 BsS – 918.034,00 BsS.	0	0	0
918.035,00 BsS – 936.035,00 BsS.	0	0	0
936.036,00 BsS – 954.036,00 BsS.	0	0	0
964.037,00 BsS – 972.037,00 BsS.	0	0	0
972.038,00 BsS – 990.038,00 BsS.	0	0	0
990.039,00 BsS – 1.008.039,00 BsS.	2	0	2
Total	**19**	**24**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

En cuanto al salario que devengan mensualmente los gerentes de las dos empresas estudiadas, se puede observar en la Tabla N° 17, que la opción más seleccionada por los gerentes se encuentra en el rango de 396.006,00 BsS y 414.006,00 BsS, con siete (7) gerentes, de los cuales cuatro (4) son gerentes masculinos y tres (3) gerentes femeninos; seguido por el rango salarial de 486.011,00 BsS. y 504.011,00 BsS con seis (6) gerentes siendo los mismos, cuatro (4) gerentes masculinos y dos (2) gerentes femeninas. Es preciso mencionar que, en ambos rangos de salarios, predominó el número de gerentes del sexo masculino sobre los gerentes del sexo femenino, aunque no de manera significativa.

Es importante acotar, tal como se muestra en la Tabla N° 17, que existen cinco (5) gerentes mujeres que reportan recibir un salario mensual de 288.000,00 BsS y 306.000,00 BsS; de igual forma, los salarios más altos reportados por las gerentes femeninas se encuentran en rangos salariales entre 594.017,00 BsS y 810.028,00 BsS, encontrándose una (1) gerente mujer en cada una de estas categorías. Por el contrario, el rango salarial mínimo de los gerentes masculinos se encuentra entre 396.006,00 BsS - 414.006,00 BsS, concretamente con cuatro (4) gerentes, mientras que el máximo rango salarial seleccionado por dos (2) de los gerentes hombres es de 990.039,00 BsS - 1.008.039,00 BsS.

Tabla N° 18: Promedio Salarial de la Muestra General.

Calculo Promedio Salarial			
Gerentes Femeninas		Gerentes Masculinos	
Rangos Salariales	Promedio	Rangos Salariales	Total
288.000,00 BsS – 306.000,00 Bs.S.	Bs.S 297.000,00	396.006,00 BsS – 414.006,00 BsS.	Bs.S 405.006,00
360.004,00 BsS – 378.004,00 BsS.	BsS. 369.004,00	414.007,00 BsS – 432.007,00 BsS.	Bs.S 423.007,00
396.006,00 BsS – 414.006,00 BsS.	Bs.S 405.006,00	432.008,00 BsS – 450.008,00 BsS.	Bs.S 441.008,00
432.008,00 BsS – 450.008,00 BsS.	Bs.S 441.008,00	468.010,00 BsS – 486.010,00 BsS.	Bs.S 477.010,00
450.009,00 BsS – 468.009,00 BsS.	Bs.S 459.009,00	486.011,00 BsS – 504.011,00 BsS.	Bs.S 495.011,00
468.010,00 BsS – 486.010,00 BsS.	Bs.S 477.010,00	522.013,00 BsS – 540.013,00 BsS.	Bs.S 531.013,00
486.011,00 BsS – 504.011,00 BsS.	Bs.S 495.011,00	540.014,00 BsS - 558.014,00 BsS.	Bs.S 549.014,00
504.012,00 BsS – 522.012,00 BsS.	Bs.S 513.012,00	558.015,00 BsS – 576.015,00 BsS.	Bs.S 567.015,00
522.013,00 BsS – 540.013,00 BsS.	Bs.S 531.013,00	576.016,00 BsS – 594.016,00 BsS.	Bs.S 585.016,00
594.017,00 BsS – 612.017,00 BsS.	Bs.S 603.017,00	990.039,00 BsS – 1.008.039,00 BsS.	Bs.S 999.039,00
612.018,00 BsS – 630.018,00 BsS.	Bs.S 621.018,00	**Promedio Total**	**Bs.S 547.213,90**
702.023,00 BsS – 720.023,00 BsS.	Bs.S 711.023,00		
792.028,00 BsS – 810.028,00 BsS.	Bs.S 801.028,00		
Promedio Total	**Bs.S 517.166,08**		

Fuente: Elaboración Propia (2019).

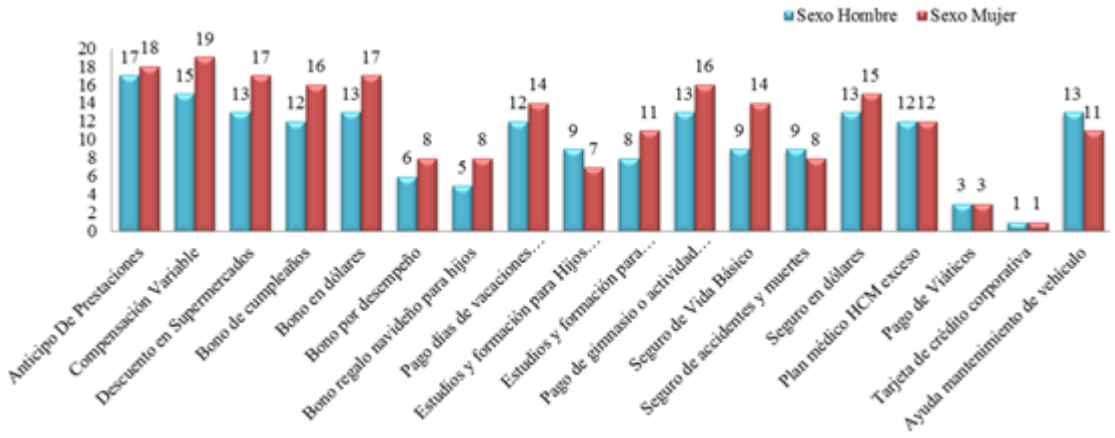
Cabe destacar que los rangos salariales del instrumento utilizado en la presente investigación, no establecen una diferencia significativa entre los salarios de los gerentes, tanto hombres como mujeres, de la muestra estudiada; sin embargo, tal como se observa en la Tabla N° 18 referente al promedio salarial de la muestra general, se puede apreciar que, el salario devengado por los gerentes del sexo masculino se encuentra en promedio dentro del rango salarial de 540.014,00 BsS a 558.014,00 BsS, a diferencia de las gerentes del sexo femenino las cuales reciben en promedio un salario mensual de 504.012,00 BsS a 522.012,00 BsS. Esto permite visualizar que, existen diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a los salarios percibidos en las empresas estudiadas del sector retail, pero la misma no es significativa y menos en un contexto de hiperinflación como el que se presenta en la economía nacional actualmente.

Tabla N° 19: Distribución General de la Muestra Final según los Beneficios Recibidos.

Beneficios	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Anticipo De Prestaciones	17	18	35
Compensación Variable	15	19	34
Descuento en Supermercados	13	17	30
Bono de cumpleaños	12	16	28
Bono en dólares	13	17	30
Bono por desempeño	6	8	14
Bono regalo navideño para hijos	5	8	13
Pago días de vacaciones adicionales	12	14	26
Estudios y formación para Hijos (becas/créditos)	9	7	16
Estudios y formación para trabajadores (becas/créditos)	8	11	19
Pago de gimnasio o actividad física deseada	13	16	29
Seguro de Vida Básico	9	14	23
Seguro de accidentes y muertes	9	8	17
Seguro en dólares	13	15	28
Plan médico HCM exceso	12	12	24
Pago de Viáticos	3	3	6
Tarjeta de crédito corporativa	1	1	2
Ayuda mantenimiento de vehículo	13	11	24
Total General	**19**	**24**	**43**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Gráfico N° 4: Distribución General de la Muestra Final según los Beneficios Recibidos.



Fuente: Elaboración Propia (2019).

Tomando en consideración la Tabla N° 19 y el Gráfico N° 4, referentes a los beneficios percibidos por los gerentes adscritos a las dos (2) empresas estudiadas dentro del sector retail, se puede extraer que, los gerentes tanto mujeres como hombres, afirman percibir la totalidad de los beneficios presentados en la encuesta. Específicamente, el beneficio más seleccionado por los gerentes fue el anticipo de prestaciones con treinta y cinco (35) gerentes, de los cuales dieciocho (18) son mujeres y diecisiete (17) son hombres, seguido por el beneficio compensación variable con treinta y cuatro (34) gerentes, de los cuales diecinueve (19) son del sexo femenino y quince (15) son del sexo masculino.

De igual forma, treinta (30) gerentes seleccionaron el beneficio descuento en supermercados, siendo diecisiete (17) del sexo femenino y trece (13) del sexo masculino, por último, el beneficio bono en dólares también fue seleccionado por treinta (30) gerentes, siendo diecisiete (17) del sexo femenino y trece (13) del sexo masculino.

Se puede observar según los datos obtenidos, que los beneficios menos seleccionados fueron el beneficio de pago de viáticos por seis (6) gerentes, esto debido, posiblemente, a que el viajar o desplazarse no está dentro de sus funciones gerenciales; seguido por el beneficio de la tarjeta de crédito corporativa por dos (2) gerentes.

Es propicio destacar la diferencia que se presenta en cuanto al beneficio de estudio y formación para hijos (becas/créditos) el cual, junto con el beneficio de pago de

mantenimiento de vehículo, son los dos de los beneficios más altos en hombres que en mujeres. Esto posiblemente debido a que la muestra de gerentes mujeres se caracterizó por tener menos hijos que los gerentes hombres y también pudiera ser que culturalmente los hombres se inclinan más por el cuidado de sus vehículos. En este mismo orden de ideas, pareciera que las gerentes mujeres se inclinan más por su formación fuera del trabajo, esto porque el beneficio de estudio y formación de trabajadores es mayor en las gerentes mujeres que en los gerentes hombres.

Al analizar los beneficios recibidos por la muestra de gerentes, y partiendo de lo presentado en la Tabla N° 19 y en el Gráfico N° 4, se puede observar que en general existe una ligera tendencia de las gerentes mujeres a recibir los beneficios plasmados en el instrumento de recolección de datos un poco por encima a los gerentes masculinos, sin embargo, no son significativos.

Vinculando los resultados de las escalas salariales y de los beneficios percibidos por los gerentes hombres y mujeres de estas dos empresas del sector de retail, se puede apreciar que, en cuanto al factor salarial, los gerentes hombres suelen recibir montos más elevados que las gerentes mujeres. Caso contrario sucede con la compensación de los beneficios, ya que son las gerentes mujeres las que suelen percibir más beneficios que los gerentes hombres; sin embargo, en ambos casos las diferencias encontradas no pueden considerarse significativas. Adicionalmente, hay que tener en cuenta que en la presente investigación existen más gerentes mujeres (24) que gerentes hombres (19).

A continuación, se muestran los resultados específicos por empresa de la caracterización laboral de la muestra total del estudio, detallando aspectos como: cargo actual, antigüedad en la empresa, horas trabajadas diariamente, años de experiencia, tiempo de la última promoción, cargos ocupados en los últimos 10 años, duración en otros cargos gerenciales, salario mensual y beneficios recibidos:

a) Cargo Actual

Tabla N° 20: Duración en el Cargo Actual de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Duración en el Cargo Actual	1 a 5 años	3	7	10
		6 a 10 años	6	8	14
		11 a 15 años	3	2	5
		16 a 20 años	1	1	2
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Duración en el Cargo Actual	1 a 5 años	4	5	9
		6 a 10 años	1	1	2
		11 a 15 años	1	0	1
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al analizar la Tabla N° 20 referente a la duración en el cargo actual de los gerentes, se puede apreciar que en la Empresa A, la mayoría de los gerentes, es decir, catorce (14) se ubican en la categoría de 6 a 10 años ocupando el cargo actual, con una cantidad correspondiente a ocho (8) gerentes mujeres y seis (6) gerentes hombres, seguido por el rango de 1 a 5 años constituido por siete (7) gerentes femeninas y tres (3) gerentes hombres. Por otro lado, se encontró que la cantidad de gerentes restantes, es decir, siete (7), se sitúan en los rangos que están entre 11 a 15 años y 16 a 20 años, el primero con un total de cinco (5) gerentes, específicamente tres (3) gerentes masculinos y dos (2) gerentes femeninas y el segundo es ocupado por un (1) gerente hombre y una (1) gerente mujer.

En cuanto a la duración en el cargo actual de los gerentes de la Empresa B, se puede apreciar que, predominantemente se ubican en la categoría de 1 a 5 años de duración en el cargo actual, es decir, nueve (9), concretamente cinco (5) gerentes femeninas y cuatro (4) gerentes masculinos, seguido por los rangos de 6 a 10 años y de 11 a 15 años, el primero con una cantidad correspondiente a un (1) gerente hombre y una (1) gerente mujer, y el segundo está constituido por un (1) gerente masculino.

b) Antigüedad en la Empresa

Tabla N° 21: Antigüedad de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Antigüedad en la empresa	1 a 5 años	3	1	4
		6 a 10 años	3	6	9
		11 a 15 años	1	4	5
		16 a 20 años	0	4	4
		21 años o más	6	3	9
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Antigüedad en la empresa	menor a un año	1	0	1
		1 a 5 años	1	1	2
		6 a 10 años	1	3	4
		11 a 15 años	3	1	4
		16 a 20 años	0	1	1
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

De acuerdo con la Tabla N° 21, referente a la antigüedad de la muestra por empresa, se puede apreciar que, en la Empresa A, dieciocho (18) de los gerentes se encuentran entre las categorías de 6 a 10 años y 21 años o más, la primera constituida en su mayoría por seis (6) gerentes femeninas y la segunda estuvo representada mayormente por seis (6) gerentes masculinos; mientras que, el resto de los gerentes, es decir, trece (13) se encuentran distribuidos entre los niveles de 1 a 5 años, 11 a 15 años y 16 a 20 años, el primero está compuesto por tres (3) gerentes masculinos y una (1) gerente femenina, el segundo se encuentra conformado por cuatro (4) gerentes mujeres y un (1) gerente hombre y el tercero constituido en su totalidad por cuatro (4) gerentes femeninas.

Con respecto a la antigüedad de la muestra de gerentes de la Empresa B, se puede extraer que, el mayor número de gerentes ocho (8) se ubican entre los rangos de 6 a 10 años y 11 a 15 años, el primero compuesto en su mayoría por tres (3) gerentes mujeres y el segundo integrado mayormente por tres (3) gerentes hombres. Por el contrario, cuatro (4) gerentes, se ubican entre los niveles de menor a 1 año, 1 a 5 años y 16 a 20 años, el primero constituido por un (1) gerente masculino, el segundo referido a un (1) gerente hombre y una (1) gerente mujer y el tercero representado por una (1) gerente femenina.

c) Horas trabajadas diariamente

Tabla N° 22: Horas Trabajadas Diariamente de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Horas trabajadas diariamente	4 horas	0	0	0
		8 horas	7	11	18
		10 horas	5	6	11
		12 horas	1	1	2
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Horas trabajadas diariamente	4 horas	0	0	0
		8 horas	1	5	6
		10 horas	5	1	6
		12 horas	0	0	0
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Tomando en consideración la información suministrada por la Tabla N° 22 correspondiente a las horas trabajadas diariamente de la muestra por empresa, se puede observar que, en el caso de la Empresa A, dieciocho (18) de los gerentes, específicamente once (11) gerentes mujeres y siete (7) gerentes hombres aseveraron que trabajan 8 horas diarias; seguido por la categoría de 10 horas, constituida en su mayoría por seis (6) gerentes femeninas. Por otro lado, dos (2) gerentes reportaron trabajar 12 horas diarias, referido a un (1) gerente hombre y una (1) gerente mujer.

De acuerdo a los datos presentados por la Empresa B, la muestra se encuentra distribuida de manera equitativa, debido a que la totalidad de los doce (12) gerentes tienden a trabajar diariamente de 8 horas a 10 horas como máximo, concretamente cinco (5) gerentes femeninas y un (1) gerente masculino tienen una jornada laboral de 8 horas, mientras que cinco (5) gerentes hombres y una (1) gerente mujer trabajan durante 10 horas diarias. Vale la pena mencionar que, en ninguna de las dos (2) empresas estudiadas del sector retail reportaron trabajar 4 horas diarias y que son las gerentes del sexo femenino las que tienden a cumplir con su jornada laboral de 8 horas a diferencia de los gerentes hombres.

d) Años de experiencia laboral

Tabla N° 23: Años de Experiencia Laboral de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Años de Experiencia Laboral	Menor a 12 años	0	1	1
		12 a 16 años	1	4	5
		17 a 21 años	6	8	14
		22 a 26 años	0	3	3
		27 a 31 años	1	1	2
		32 a 36 años	3	0	3
		37 años o más	2	1	3
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Años de Experiencia Laboral	Menor a 12 años	0	2	2
		12 a 16 años	0	1	1
		17 a 21 años	1	0	1
		22 a 26 años	0	2	2
		27 a 31 años	3	1	4
		32 a 36 años	2	0	2
		37 años o más	0	0	0
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

De acuerdo a lo que se presenta en la Tabla N° 23 referente a los años de experiencia de la muestra por empresa, en el caso de la Empresa A, el rango de 17 a 21 años posee una cantidad de catorce (14) gerentes, predominando el sexo femenino con ocho (8) gerentes mujeres, seguido por la categoría de 12 a 16 años de experiencia la cual se encuentra representada por cuatro (4) gerentes mujeres y un (1) gerente hombre. Por el contrario, el resto de los ocho (8) gerentes se distribuyeron equitativamente entre los diferentes años de experiencia laboral, es decir, entre los rangos de 22 años a 37 años o más.

Con respecto a la Empresa B, el rango predominante es de 27 a 31 años de experiencia laboral, el cual cuenta con cuatro (4) gerentes, específicamente tres (3) gerentes hombres y una (1) gerente mujer, mientras que los ocho (8) gerentes restantes se encuentran distribuidos equitativamente entre los distintos años de experiencia laboral presentados.

Estos datos establecen que los gerentes de la muestra de la Empresa B poseen más años de experiencia (27 a 31 años) que los gerentes de la Empresa A (17 a 21 años), lo cual está relacionado con la edad cronológica de los mismos, ya que los gerentes de la Empresa A tienen una edad promedio de 41 años y los gerentes de la Empresa B de 46 años de edad.

e) Tiempo de la Última Promoción

Tabla N° 24: Tiempo de la Última Promoción de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Última promoción	Menos de 1 año	0	2	2
		1 año	0	1	1
		2 años	0	3	3
		3 años	1	3	4
		4 años	2	0	2
		5 años o más	10	9	19
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Última promoción	Menos de 1 año	2	0	2
		1 año	0	1	1
		2 años	0	2	2
		3 años	1	0	1
		4 años	0	1	1
		5 años o más	3	2	5
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al analizar los datos proporcionados por la Tabla N° 24 referentes al tiempo de la última promoción, se puede contemplar que en la Empresa A, diecinueve (19) de los gerentes se encuentran en la categoría de 5 años o más desde la última promoción, específicamente diez (10) gerentes hombres y nueve (9) gerentes mujeres, mientras que la minoría de los gerentes, es decir, doce (12) tienen entre menos de 1 año a 4 años desde su última rotación laboral.

Con respecto a la Empresa B, el comportamiento de los datos posee la misma tendencia que la Empresa A, debido a que la mayor cantidad de gerentes cinco (5) no han recibido un ascenso en más de 5 años, sin embargo, los siete (7) gerentes restantes se

distribuyen entre las categorías de menos de 1 año a 4 años desde su última promoción. En general, estos resultados parecen indicar que en ambas empresas del sector retail, la rotación interna se ve afectada, debido a que los gerentes tienen poco dinamismo dentro de las empresas.

f) Cargos Ocupados en los Últimos 10 años

Tabla N° 25: Cargos Ocupados en los Últimos 10 Años de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Cargos ocupados en los últimos 10 años	Un cargo	1	1	2
		Dos cargos	2	2	4
		Tres cargos	2	4	6
		Cuatro cargos	4	4	8
		Cinco cargos o más	4	7	11
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Cargos ocupados en los últimos 10 años	Un cargo	1	0	1
		Dos cargos	0	0	0
		Tres cargos	1	2	3
		Cuatro cargos	2	3	5
		Cinco cargos o más	2	1	3
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Al observar el comportamiento de los datos de la Tabla N° 25 referente a los cargos ocupados en los últimos 10 años, se extrae que, en la Empresa A, once (11) de los gerentes, han ocupado 5 cargos o más durante su trayectoria laboral, concretamente siete (7) gerentes mujeres y cuatro (4) gerentes hombres, seguido por la categoría de 4 cargos con ocho (8) gerentes, constituida en partes iguales por ambos sexos. Por otro lado, los doce (12) gerentes restantes, se encuentran distribuidos en los rangos correspondientes a tres cargos con seis (6) gerentes, dos cargos con cuatro (4) gerentes y un cargo con dos (2) gerentes respectivamente.

No obstante, en el caso de la Empresa B, once (11) de gerentes han ocupado entre 3 cargos a 5 cargos durante los últimos 10 años de su carrera laboral, específicamente seis (6) gerentes mujeres y cinco (5) gerentes hombres y solo un (1) gerente masculino ha ocupado un cargo gerencial dentro de su trayectoria laboral.

g) Duración en otros Cargos Gerenciales

Tabla N° 26: Duración en Otros Cargos Gerenciales de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Duración en otros cargos gerenciales	1 a 5 años	3	5	8
		6 a 10 años	1	7	8
		11 a 15 años	5	4	9
		16 a 20 años	3	1	4
		20 años o más	1	1	2
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**
Empresa B	Duración en otros cargos gerenciales	1 a 5 años	1	3	4
		6 a 10 años	3	1	4
		11 a 15 años	0	1	1
		16 a 20 años	0	1	1
		20 años o más	2	0	2
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Tomando en consideración los datos reportados por la Empresa A, se puede apreciar que, en Tabla N° 26 el rango de 11 a 15 años posee la mayor cantidad de encuestados, es decir, nueve (9) gerentes, predominando el sexo masculino con cinco (5) gerentes, seguido por las categorías de 1 a 5 años y 6 a 10 años, ambas conformadas en su mayoría por el sexo femenino, la primera con cinco (5) gerentes mujeres y la segunda con siete (7) gerentes femeninas. Por el contrario, seis (6) de los gerentes se ubican entre los niveles de 16 a 20 años o más, predominando el sexo masculino con cuatro (4) gerentes, mientras que el sexo femenino solo reportó una (1) gerente mujer.

Con respecto a la muestra de la Empresa B, la mayor proporción de gerentes, es decir, ocho (8) se ubican entre las categorías de 1 a 5 años y 6 a 10 años, la primera se encuentra conformada casi en su totalidad por tres (3) gerentes mujeres y la segunda está constituida por tres (3) gerentes hombres; por el contrario, la menor cantidad de gerentes cuatro (4), se encuentran distribuidos en los rangos de 11 a 15 años con una (1) gerente mujer, mientras que el rango de 16 a 20 años reportó una (1) gerente femenina, finalmente el rango de 20 años o más estuvo constituido por dos (2) gerentes hombres.

h) Salario Mensual

Tabla N° 27: Salario Mensual de la Muestra por Empresa.

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa A	Salario mensual	288.000,00 BsS.–306.000,00 BsS	0	2	2
		306.001,00 BsS.–324.001,00 BsS	0	0	0
		324.002,00 BsS–342.002,00 BsS	0	0	0
		342.003,00 BsS–360.003,00 BsS	0	0	0
		360.004,00 BsS–378.004,00 BsS	0	0	0
		378.005,00 BsS–396.005,00 BsS	0	0	0
		396.006,00 BsS–414.006,00 BsS	2	3	5
		414.007,00 BsS–432.007,00 BsS	1	0	1
		432.008,00 BsS–450.008,00 BsS	1	2	3
		450.009,00 BsS–468.009,00 BsS	0	1	1
		468.010,00 BsS–486.010,00 BsS	1	3	4
		486.011,00 BsS–504.011,00 BsS	4	2	6
		504.012,00 BsS–522.012,00 BsS	0	1	1
		522.013,00 BsS–540.013,00 BsS	1	2	3
		540.014,00 BsS–558.014,00 BsS	0	0	0
		558.015,00 BsS–576.015,00 BsS	2	0	2
		576.016,00 BsS–594.016,00 BsS	0	0	0
		594.017,00 BsS–612.017,00 BsS	0	1	1
		612.018,00 BsS–630.018,00 BsS	0	0	0
		630.019,00 BsS–648.019,00 BsS	0	0	0
		648.020,00 BsS–666.020,00 BsS	0	0	0
		666.021,00 BsS–684.021,00 BsS	0	0	0
		684.022,00 BsS–702.022,00 BsS	0	0	0
		702.023,00 BsS–720.023,00 BsS	0	0	0
		720.024,00 BsS–738.024,00 BsS	0	0	0
		738.025,00 BsS–756.025,00 BsS	0	0	0
		756.026,00 BsS–774.026,00 BsS	0	0	0
		774.027,00 BsS–792.027,00 BsS	0	0	0
		792.028,00 BsS–810.028,00 BsS	0	1	1
		810.029,00 BsS–828.029,00 BsS	0	0	0
		828.030,00 BsS–846.030,00 BsS	0	0	0
		846.031,00 BsS–864.031,00 BsS	0	0	0
		864.032,00 BsS–882.032,00 BsS	0	0	0
		882.033,00 BsS–900.033,00 BsS	0	0	0
		900.034,00 BsS–918.034,00 BsS	0	0	0
		918.035,00 BsS–936.035,00 BsS	0	0	0
		936.036,00 BsS–954.036,00 BsS	0	0	0
		954.037,00 BsS–972.037,00 BsS	0	0	0
		972.038,00 BsS–990.038,00 BsS	0	0	0
		990.039,00 BsS–1.008.039,00 BsS	1	0	1
	Total Empresa A		**13**	**18**	**31**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Empresa			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Empresa B	Salario mensual	288.000,00 BsS.–306.000,00 BsS	0	3	3
		306.001,00 BsS.–324.001,00 BsS	0	0	0
		324.002,00 BsS–342.002,00 BsS	0	0	0
		342.003,00 BsS–360.003,00 BsS	0	0	0
		360.004,00 BsS–378.004,00 BsS	0	1	1
		378.005,00 BsS–396.005,00 BsS	0	0	0
		396.006,00 BsS–414.006,00 BsS	2	0	2
		414.007,00 BsS–432.007,00 BsS	1	0	1
		432.008,00 BsS–450.008,00 BsS	0	0	0
		450.009,00 BsS–468.009,00 BsS	0	0	0
		468.010,00 BsS–486.010,00 BsS	0	0	0
		486.011,00 BsS–504.011,00 BsS	1	0	1
		504.012,00 BsS–522.012,00 BsS	0	0	0
		522.013,00 BsS–540.013,00 BsS	0	0	0
		540.014,00 BsS–558.014,00 BsS	0	0	0
		558.015,00 BsS–576.015,00 BsS	0	0	0
		576.016,00 BsS–594.016,00 BsS	1	0	1
		594.017,00 BsS–612.017,00 BsS	0	0	0
		612.018,00 BsS–630.018,00 BsS	0	1	1
		630.019,00 BsS–648.019,00 BsS	0	0	0
		648.020,00 BsS–666.020,00 BsS	0	0	0
		666.021,00 BsS–684.021,00 BsS	0	0	0
		684.022,00 BsS–702.022,00 BsS	0	0	0
		702.023,00 BsS–720.023,00 BsS	0	1	1
		720.024,00 BsS–738.024,00 BsS	0	0	0
		738.025,00 BsS–756.025,00 BsS	0	0	0
		756.026,00 BsS–774.026,00 BsS	0	0	0
		774.027,00 BsS–792.027,00 BsS	0	0	0
		792.028,00 BsS–810.028,00 BsS	0	0	0
		810.029,00 BsS–828.029,00 BsS	0	0	0
		828.030,00 BsS–846.030,00 BsS	0	0	0
		846.031,00 BsS–864.031,00 BsS	0	0	0
		864.032,00 BsS–882.032,00 BsS	0	0	0
		882.033,00 BsS–900.033,00 BsS	0	0	0
		900.034,00 BsS–918.034,00 BsS	0	0	0
		918.035,00 BsS–936.035,00 BsS	0	0	0
		936.036,00 BsS–954.036,00 BsS	0	0	0
		954.037,00 BsS–972.037,00 BsS	0	0	0
		972.038,00 BsS–990.038,00 BsS	0	0	0
		990.039,00 BsS–1.008.039,00 BsS	1	0	1
	Total Empresa B		**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Con respecto al salario mensual por empresas, se puede extraer que en la Empresa A, los rangos de salarios más seleccionados por los gerentes, se encuentran entre 396.006,00 BsS – 414.006,00 BsS y 486.011,00 BsS – 504.011,00 BsS, el primero conformado por tres (3) gerentes femeninas y dos (2) gerentes masculinos, mientras que el segundo está integrado mayormente por el sexo masculino, específicamente cuatro (4) gerentes hombres y dos (2) gerentes mujeres.

En cuanto a la muestra de la Empresa B, el salario mensual predominante se ubica en el rango de 288.000,00 BsS. – 306.000,00 BsS, el cual se encuentra conformado en su totalidad por gerentes mujeres, es decir, tres (3) gerentes, seguido por el rango de 396.006,00 BsS – 414.006,00 BsS constituido en su totalidad por dos (2) gerentes hombres. Por último, los siete (7) gerentes restantes se encuentran distribuidos en los diversos rangos salariales.

Una condición importante entre los gerentes masculinos y las gerentes femeninas y establecen diferencias entre ellos, es que el mayor rango que registran las mujeres es de 792.028,00 BsS. – 810.028,00 BsS., a diferencia de los hombres, que ocupan el máximo rango de la estructura salarial, el cual es de 990.039,00 BsS. – 1.008.039,00 BsS.

i) Beneficios Recibidos

Tabla N° 29: Beneficios Recibidos de la Muestra por Empresa.

Empresa		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Empresa A	Anticipo De Prestaciones Sociales	11	14	25
	Compensación Variable	13	18	31
	Descuento en Supermercados	13	17	30
	Bono de cumpleaños	11	12	23
	Bono en dólares	11	14	25
	Bono por desempeño	5	6	11
	Bono regalo navideño para hijos	4	6	10
	Pago días de vacaciones adicionales	9	13	22
	Estudios y formación para Hijos (becas/créditos)	9	6	15
	Estudios y formación para trabajadores (becas/créditos)	8	9	17
	Pago de gimnasio o actividad física deseada	13	16	29
	Seguro de Vida Básico	7	11	18
	Seguro de accidentes y muertes	7	7	14
	Seguro en dólares	10	13	23
	Plan médico HCM exceso	8	10	18
	Pago de Viáticos	1	0	1
	Tarjeta de crédito corporativa	1	0	1
	Ayuda mantenimiento de vehículo	11	10	21
	Total Empresa A	**13**	**18**	**31**
Empresa B	Anticipo De Prestaciones Sociales	6	4	10
	Compensación Variable	2	1	3
	Descuento en Supermercados	0	0	0
	Bono de cumpleaños	1	4	5
	Bono en dólares	2	3	5
	Bono por desempeño	1	2	3
	Bono regalo navideño para hijos	1	2	3
	Pago días de vacaciones adicionales	3	1	4
	Estudios y formación para Hijos (becas/créditos)	0	1	1
	Estudios y formación para trabajadores (becas/créditos)	0	2	2
	Pago de gimnasio o actividad física deseada	0	0	0
	Seguro de Vida Básico	2	3	5
	Seguro de accidentes y muertes	2	1	3
	Seguro en dólares	3	2	5
	Plan médico HCM exceso	4	2	6
	Pago de Viáticos	2	3	5
	Tarjeta de crédito corporativa	0	1	1
	Ayuda mantenimiento de vehículo	2	1	3
	Total Empresa B	**6**	**6**	**12**

Fuente: Elaboración Propia (2019).

Tal como se presenta en la Tabla N° 28 referente a los beneficios percibidos por los gerentes adscritos a las dos (2) empresas estudiadas dentro del sector retail, se puede extraer que en la Empresa A, los treinta y uno (31) gerentes, tanto hombres como mujeres, afirman percibir beneficios como: compensación variable con treinta y uno (31) de los

cuales dieciocho (18) son mujeres y trece (13) son hombres, seguido por el beneficio descuentos en supermercados de la marca con treinta (30) gerentes, de los cuales diecisiete (17) son del sexo femenino y trece (13) son del sexo masculino.

De igual forma, veintinueve (29) gerentes de la Empresa A, seleccionaron el beneficio de pago de gimnasio o actividad física deseada, siendo constituido por dieciséis (16) gerentes femeninas y la totalidad de gerentes masculinos, es decir, trece (13) gerentes. Mientras que los beneficios menos seleccionados por los gerentes de la Empresa A, fueron la tarjeta de crédito corporativa y el beneficio de pago de viáticos, ambos constituidos por un (1) gerente hombre respectivamente. El comportamiento de los datos refleja que, no existe diferencia significativa entre el sexo de los gerentes y la cantidad de beneficios recibidos.

Con respecto a la Empresa B, el comportamiento de los datos parece indicar que, los doce (12) gerentes hombres y mujeres afirman percibir beneficios como: anticipo de prestaciones sociales con diez (10) gerentes de los cuales seis (6) son del sexo masculino y cuatro (4) son del sexo femenino, seguido por el beneficio de plan médico HCM exceso constituido por cuatro (4) gerentes hombres y dos (2) gerentes mujeres.

De igual manera, cinco (5) gerentes de la Empresa B, seleccionaron el beneficio de bono por cumpleaños el cual es constituido por cuatro (4) gerentes femeninas y un (1) gerentes masculinos, seguido por el beneficio de seguro de vida básico con cinco (5) gerentes, de los cuales tres (3) son mujeres y dos (2) son hombres. Mientras que los beneficios menos elegidos por los gerentes fueron el beneficio de estudios y formación para hijos (becas/créditos) y el beneficio de tarjeta de crédito corporativa, ambos constituidos por una (1) gerente mujer.

Para finalizar, considerando todos los datos por empresa, se establece que, los gerentes de la Empresa A, poseen una edad promedio de 41 años de edad, teniendo una antigüedad dentro de la empresa de 6 a 10 años y 21 años o más, con una trayectoria laboral en promedio de 19 años dentro del mercado laboral, de los cuales 13 años en promedio se encontraban desempeñando cargos gerenciales, es importante mencionar que, los rangos salariales dentro de la Empresa A se encuentran entre 396.006,00 BsS – 414.006,00 BsS y 486.011,00 BsS – 504.011,00 BsS, siendo la compensación variable, el descuento en supermercados de la marca y el pago de gimnasio o actividad física los beneficios percibidos por la mayoría de los gerentes.

Al considerar las diferencias de los gerentes por sexo en la Empresa A, las gerentes femeninas evidenciaron tener en promedio una edad de 41 años de edad, en su mayoría con 8 años dentro de la empresa, con una alta rotación externa, en cuanto al salario mensual devengado este encuentra en un rango salarial de 396.006,00 BsS – 414.006,00 BsS. En cambio, los gerentes masculinos tienden a tener en promedio 41 años de edad, en su mayoría con 21 años o más dentro de la empresa, poseen una alta rotación externa, y de acuerdo al salario mensual devengado estos se encuentran en un rango salarial de 486.011,00 BsS a 504.011,00 BsS.

En cuanto a los datos obtenidos en general por la Empresa B, se puede evidenciar que, los gerentes dentro de esta empresa poseen una edad promedio de 46 años de edad, teniendo en promedio una antigüedad dentro de la empresa de 6 a 15 años, con una trayectoria laboral en promedio de 29 años dentro del mercado laboral, además los gerentes poseen 16 años en promedio desempeñando cargos gerenciales. Es importante acotar que, los rangos salariales de la Empresa B se ubican entre 288.000,00 BsS. a 306.000,00 BsS, siendo el anticipo de prestaciones sociales, el plan médico HCM exceso, el bono de cumpleaños, el bono en dólares, pago de viáticos los beneficios que reportaron una mayor cantidad de gerentes.

Concretamente, al analizar las diferencias por sexo de los gerentes de la Empresa B, se obtuvo que, las gerentes mujeres reportaron tener una edad de 29 a 38 años de edad, en promedio cuentan con 8 años dentro de la empresa, con una experiencia laboral menor a 12 años y de 22 a 26 años, con una duración en cargos gerenciales de 1 a 5 años. En cuanto al salario mensual devengado, se puede visualizar que, este se ubica en un rango salarial de 288.000,00 BsS. a 306.000,00. Por el contrario, los gerentes hombres cuentan con edades entre 44 a 58 años de edad, poseen en promedio 13 años dentro de la empresa y demostraron una rotación externa de 29 años, con una duración en cargos gerenciales de 6 a 10 años, con un salario mensual de 396.006,00 BsS a 414.006,00 BsS.

Es de vital importancia mencionar que, al inicio de este capítulo, se estimó realizar los cálculos de diferencias de medias, con el propósito de determinar si al existir diferencias entre los datos reportados entre gerentes del sexo femenino y del sexo masculino, estos eran estadísticamente significativos. Sin embargo, como pudo demostrarse las pocas diferencias encontradas no son significativas, motivo por el cual, no

se procedió a ejecutar los respectivos cálculos estadísticos en los indicadores numéricos en los que era pertinente hacerlo.

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez culminado el análisis de los resultados obtenidos a través de la encuesta utilizada para esta investigación, se logró recabar información importante de los factores estudiados, procediendo a realizar el enlace de estos, con las teorías expuestas en el marco teórico previamente presentado, a fin de determinar los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019.

En base en los resultados obtenidos, se puede afirmar que, actualmente las dos empresas del sector retail que participaron en el presente estudio, no demuestran la existencia de la "teoría del techo de cristal" o "glass ceiling barriers" presentada por Burin, (1996); c/p Dolores-Salmerón, (2014), debido a que, no existen las barreras invisibles que impiden a las mujeres alcanzar los niveles jerárquicos más altos en el mundo de los negocios, independientemente de sus logros y méritos; por el contrario, se demostró que existe una mayor cantidad de gerentes mujeres, es decir, veinticuatro (24) y diecinueve (19) gerentes hombres dentro de estas empresas del sector retail objeto de estudio en esta investigación.

Esto también es contrario a los resultados encontrados por Añor y González (2017) quienes, en su investigación realizada en el sector manufacturero, si consiguieron diferencias significativas entre hombres y mujeres pertenecientes a cargos gerenciales. Específicamente, las autoras observaron esta desigualdad de género en aspectos como: la edad, la situación conyugal, el número de hijos, el nivel educativo, el tiempo de la última promoción, las horas trabajadas y los salarios. Los cuales demostraron que las mujeres no han podido superar estas barreras invisibles.

Mientras que, en el estudio realizado por Martínez y Paolino (2016) en el sector bancario, no se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres en estos cargos gerenciales. Dicha investigación consiguió determinar la ausencia de la "teoría del techo de cristal" en las entidades bancarias estudiadas. Logrando demostrar que, el sector

bancario es uno de los sectores que ha logrado superar las barreras invisibles que impiden a las mujeres a acceder a cargos de mayor responsabilidad.

En este sentido, al analizar las edades de los gerentes encuestados en la presente investigación, se refleja que la tendencia por parte de las gerentes del sexo femenino es a ocupar cargos gerenciales a partir de los 29 a 48 años, mientras que, la tendencia de los gerentes del sexo masculino es a ocupar cargos gerenciales a partir de los 34 a 58 años de edad, esto evidencia que los gerentes del sexo masculino de la muestra tienden a poseer más edad que las gerentes mujeres. Lo que afirma lo mencionado en el estudio realizado en Venezuela por Orlando y Zúñiga (2000) los cuales explican que, la inserción de la mujer trabajadora se ha incrementado en el mercado laboral desde 1961, abarcando en promedio 30 años de edad.

De igual manera, se logró evidenciar lo afirmado por Wirth (2002); c/p. Agust Nieto y Martín Hernández, (2007), en cuanto a que "las mujeres de todo el mundo se han ido introduciendo de forma constante en profesiones, ocupaciones e incluso en empleos con cargos directivos, que anteriormente estaban reservados a los hombres" (p.202).

Específicamente se encontró que, dentro de las empresas estudiadas del sector retail, el sexo femenino abarca una mayor cantidad de profesiones, entre las cuales se encuentran: Abogado, Administrador, Comunicador Social, Contador, Industriólogo, Ingeniero, Ciencias Fiscales, Gerencia Financiera, Publicista y Técnico en Estadística, a diferencia de los gerentes del sexo masculino, los cuales reportan tener una menor variedad de profesiones estudiadas, entre las que se encuentran: Abogado, Administrador, Contador, Ingeniero, Administración e Informática. Esto evidencia que, la segregación ocupacional no afecta a las gerentes del sexo femenino, ya que, según lo que define Rendón (2003), no se encontraron tareas consideradas solamente como propias de los hombres o actividades solo propias para las mujeres, por el contrario, se evidenció que el cargo de gerente en las empresas estudiadas del sector retail, es considerado como imparcial al sexo del ocupante.

Lo dicho anteriormente se puede contrastar con lo expuesto por Chinchilla y Pérez-López, (1995); c/p. Dolores-Salmerón, (2014), ya que, se demuestra que los hombres y las mujeres son capaces de cumplir con las funciones de gerentes sin importar el sexo. Se puede concluir que, en las dos empresas del sector retail objeto de estudio, el sexo de los gerentes no es limitante para ocupar cargos gerenciales, por el contrario, las empresas

encuestadas del sector retail solo buscan reforzar el liderazgo en sus gerentes independientemente del sexo que estos tengan.

Al comparar la presente investigación con estudios previos realizados en Venezuela sobre la Desigualdad de Género, se pudo extraer que, en el estudio realizado por Añor y González (2017) en empresas del sector manufacturero, sí estuvieron presentes diferencias significativas entre los hombres, los cuales se encuentran en situaciones desiguales a las mujeres. Mientras que, los resultados obtenidos en la presente investigación sobre el sector retail fueron distintos, debido a que, en las empresas encuestadas de este sector, existe una diferencia entre los beneficios recibidos por los gerentes hombres y las gerentes mujeres, debido a que las categorías con mayores beneficios recibidos, son ocupadas principalmente por gerentes femeninas. Por otro lado, se observó en promedio una desigualdad en cuanto a los rangos salariales devengados por las gerentes del sexo femenino, ya que los gerentes del sexo masculino perciben un salario más elevado, sin embargo, esta diferencia no fue significativa.

Aguirre-Zubiaurre y Martínez-Díaz (2006) dan a conocer que actualmente la mujer se mantiene en el empleo a lo largo de toda su vida, por lo tanto, no abandona el mercado laboral al casarse o tener hijos y se incorpora a su puesto de trabajo tras la baja de maternidad, sin esperar a que crezcan sus hijos como sucedía años atrás. Debido a esto, al analizar la situación familiar de los gerentes encuestados se refleja que la mayoría de las gerentes del sexo femenino no poseen hijos, es decir, suelen postergar la maternidad a pesar de su estado civil de casadas, mientras que, existe otra proporción de las gerentes mujeres que asumen el rol de ser madres tienden a poseer en promedio un (1) hijo. A diferencia de los gerentes del sexo masculino, los cuales en su mayoría reportan ser casados con dos (2) hijos en promedio.

El hallazgo antes señalado sobre el reducido número de hijos por parte de las gerentes de sexo femenino, se puede deber a que son una generación joven, siguiendo esta hipótesis, se puede confirmar lo presentado por Caballero y García (2007) en su investigación sobre las trayectorias generacionales. Estos autores explican cómo las generaciones más jóvenes combinan su vida laboral con su vida personal, pero al momento de la concepción de los hijos las mujeres dejan un periodo de hasta cuatro años para concebir su primer hijo luego del matrimonio.

Aunado a esto, en las dos (2) empresas del sector retail objeto de estudio de la presente investigación, se puede apreciar que, las gerentes femeninas demostraron tener un balance entre su vida personal y laboral, debido a que son capaces de ocupar una posición importante dentro del mercado laboral sin dejar de lado su papel reproductivo. Lo cual concuerda con lo expuesto por Matteo (2012), sobre la capacidad que tiene la mujer de lograr una compatibilidad entre su papel reproductivo dentro de la sociedad y el ingreso al entorno profesional, otorgándole la posibilidad de obtener lo mejor de ambos mundos.

Al observar la cantidad de horas trabajadas por los gerentes adscritos a las dos empresas estudiadas del sector retail, se puede extraer que, los gerentes refieren trabajar de 8 horas diarias a 10 horas diarias, específicamente se evidenció que, los gerentes del sexo masculino (10), en comparación de las gerentes del sexo femenino (7), indicaron una diferenciación poco significativa a medida que aumentan las horas laborales, ya que, poseen una diferencia de tres (3) gerentes trabajando 10 horas diariamente los cuales son hombres. Partiendo de este resultado, no se demuestra lo mencionado por Pérez (2008), debido a que las gerentes femeninas trabajan la misma cantidad de horas que los gerentes masculinos, lo cual parece indicar que las mujeres no eligen trabajar pocas horas para combinar su labor materna y su desarrollo profesional.

Autores como Tomás y Guillamón (2009), evidencian que existen barreras internas que se presentan en las mujeres al momento de progresar en su carrera laboral, logrando dificultar el acceso a cargos de responsabilidad y al ejercicio del liderazgo, dejando a los hombres en los cargos con mayor responsabilidad. En la presente investigación, no se corrobora lo expresado por estos autores, ya que, al momento de analizar la cantidad de cargos ocupados en los últimos 10 años, se puede observar que, los gerentes hombres y mujeres pertenecientes a las dos empresas del sector retail objeto de estudio, se encuentran en su mayoría entre las categorías de 3 a 5 cargos o más, lo cual parece indicar que en ambas empresas existe una alta rotación entre los cargos gerenciales, los cuales son ocupados en su mayoría por mujeres.

Ascanio (2009) evidencia que, a pesar de que la mujer llega a superar a los hombres en número, todavía existen graves perjuicios que impiden el ascenso por parte de las mujeres a las posiciones estratégicas dentro de las empresas. A diferencia de lo planteado anteriormente, se pudo apreciar que, en el análisis de resultados, las gerentes mujeres con menos años de antigüedad suelen contar con una mayor movilidad interna en menos

tiempo que los gerentes hombres. En cambio, los gerentes hombres experimentan más oportunidades de movilidad interna cuando duran más años dentro de una empresa, es decir, entre 5 años o más.

Finalmente, al hablar sobre el salario mensual devengado por los gerentes hombres y las gerentes mujeres de las empresas del sector retail objeto de estudio, se puede apreciar que, en promedio, existen diferencias no significativas entre el sexo de los gerentes y el salario mensual. Los gerentes del sexo masculino en promedio perciben un salario de 547.213,90 BsS, a diferencia de las gerentes del sexo femenino las cuales reciben en promedio un salario mensual de 517.166,08 BsS, lo cual indica que existe una diferenciación de 30.047,82 BsS, demostrando que no existen diferencias significativas entre las gerentes del sexo femenino y los gerentes del sexo masculino.

Se debe agregar que, a pesar de que estas diferencias no son significativas entre los gerentes de ambos sexos, los gerentes del sexo masculino perciben un mayor sueldo que las gerentes femeninas, lo cual parece indicar que, las brechas salariales, aunque son mínimas entre hombres y mujeres continúan en el tiempo, a pesar que las mujeres se han ido incorporando paulatinamente al mercado laboral. Lo cual coincide con lo expuesto por el Centro de Estudios Mujer y Trabajo de la Argentina CTA, (2009); c/p. INADI, (s,fa) ya que, existe una brecha salarial entre el sexo masculino y el sexo femenino dentro del mercado laboral por igual trabajo y formación, pero difiere en lo referente a el nivel educativo de las mujeres, ya que según la OIT (2015) las gerentes femeninas se encuentran calificadas para ocupar cargos gerenciales y cuentan con un nivel educativo predominante universitario con algún postgrado.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta el análisis de los datos obtenidos a través del instrumento utilizado para determinar los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019, se puede afirmar que existen factores relacionados a la desigualdad entre hombres y mujeres, los cuales establecen diferencias entre los gerentes de las empresas estudiadas del sector retail.

Específicamente se observó estas diferencias entre hombres y mujeres en los factores sociodemográficos, concretamente en la edad, la cantidad de hijos y profesión; en cuanto a los factores laborales, se encontraron diferencias en la duración del cargo actual, antigüedad dentro de las empresas, años de experiencia laboral, tiempo transcurrido de la última promoción, cantidad de cargos ocupados en 10 años, años ocupando diferentes cargos gerenciales a lo largo de la carrera laboral, sin embargo, al momento de evidenciar las diferencias entre el salario mensual y los beneficios recibidos, se evidenció que no existen diferencias significativas entre los gerentes de ambos sexos.

Analizando las respuestas en los factores sociodemográficos dadas por los gerentes hombres y mujeres, se puede afirmar que, en las dos (2) empresas encuestadas no se presenta la teoría del "techo de cristal", ya que la mayor parte de la muestra pertenece al sexo femenino, con cargos de gerentes en el área administrativa del sector retail, lo cual contradice lo expuesto por la teoría señalada, debido a que las gerentes mujeres objeto de estudio, no presentan barreras invisibles que les impidan el ascenso a los cargos de alto mando.

Por otro lado, los gerentes hombres y mujeres de las empresas encuestadas se caracterizaron por ser una muestra en la cual los gerentes del sexo masculino, poseen mayor edad que las gerentes de sexo femenino, las cuales comienzan desde los 29 años de edad dentro del sector. Además, se puede validar que las mujeres actualmente son las que alcanzan cargos gerenciales a edades tempranas, a diferencia de los hombres que comienzan a partir de los 34 años de edad.

Con respecto al estado civil de los gerentes hombres y mujeres, se encontró que el estado civil casado/a predominó en ambos sexos, es decir, femenino y masculino. La diferencia principal entre ambos, se encuentra en la cantidad de hijos que poseen los gerentes, debido a que las gerentes del sexo femenino reportaron tener una menor cantidad de hijos que los gerentes del sexo masculino, evidenciado que, a pesar de que no existe una influencia entre la tenencia de hijos y el alcance de posiciones gerenciales por parte de la mujer, existe una influencia en la edad de los gerentes y sus decisiones a formar familias con hijos, ya que estas retrasan la decisión de concebir. En cuanto al estado civil soltera, se reportaron una mayor cantidad de gerentes femeninas, en su mayoría sin hijos.

El sexo femenino dentro de las empresas estudias, busca cerrar todas las brechas posibles en el ámbito laboral, en consecuencia, se puede apreciar que, en la actualidad las gerentes mujeres buscan avanzar en su carrera laboral, abarcando todas las opciones posibles, lo cual se observa en la variedad de profesiones que tienen las gerentes femeninas; por el contrario, los gerentes masculinos no poseen la misma variación entre las profesiones estudiadas. A pesar de esto, la investigación arrojó una cantidad importante de gerentes (hombres y mujeres) de la muestra que reportaron tener títulos universitarios con algún postgrado realizado a lo largo de sus carreras laborales y sólo una pequeña parte reportó la obtención de un técnico superior universitario (TSU).

En cuanto a la distribución de la antigüedad y la duración en el cargo actual se confirmó que los gerentes masculinos tienden a permanecer por más tiempo en una misma empresa, a diferencia de las gerentes mujeres las cuales demostraron tener una rotación externa mayor, evidencia que en su mayoría no permanecen más de 5 años en un mismo cargo.

Aunado a esto, al analizar la distribución referente al nivel de rotación interno de las empresas encuestadas, se evidenció que, a pesar de que las gerentes del sexo femenino poseen una menor experiencia laboral que los gerentes del sexo masculino, las gerentes mujeres presentan mayor movilidad interna, es decir, han logrado obtener promociones en menos tiempo que los gerentes hombres. Adicionalmente, se demostró que las gerentes del sexo femenino alcanzan los cargos gerenciales en menor tiempo, a diferencia de los gerentes del sexo masculino los cuales duran hasta 15 años para ocupar un cargo gerencial.

Al analizar los factores económicos presentados en la investigación, se demostró que, a pesar de ser una muestra de gerentes pertenecientes al área administrativa de las dos

empresas del sector retail objeto de estudio, los gerentes reciben salarios desiguales, esto se puede visualizar en la variación que existe en promedio entre los rangos salariales de ambos sexos, ya que el salario devengado por los gerentes del sexo masculino se encuentra en promedio dentro del rango salarial de 540.014,00 BsS a 558.014,00 BsS, a diferencia de las gerentes del sexo femenino las cuales reciben en promedio un salario mensual de 504.012,00 BsS a 522.012,00 BsS, esto permite observar que, si existen diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a los salarios devengados en las empresas estudiadas del sector retail, sin embargo estas diferencias no son significativas, evidenciando que las brechas salariales entre hombres y mujeres continúan en el tiempo, a pesar que las mujeres se han ido incorporando progresivamente al mercado laboral.

Por otra parte, al analizar los beneficios recibidos por los gerentes en las empresas que fueron objeto de estudio, se comprobó que existe una ligera tendencia por parte de las gerentes mujeres a recibir los beneficios propuestos en el instrumento de recolección de datos un poco por encima a los gerentes hombres, pero estas no son significativas. Específicamente se demostró que, los gerentes tanto mujeres como hombres, perciben la totalidad de los beneficios presentados en la encuesta, sin embargo, las gerentes femeninas poseen menores rangos salariales. En cambio, los gerentes masculinos reciben mejores salarios.

En la presente investigación se demuestra que en las dos (2) empresas encuestadas dentro del sector retail, se presenta algún tipo de desigualdad entre hombres y mujeres en el ámbito laboral, sin embargo, contrario a lo que se creía al inicio de la presente investigación, dicha desigualdad se presenta mayormente en el caso de los hombres; esto se debe a que, los gerentes del sexo masculino poseen una diferenciación al momento de compararlos con las gerentes mujeres, un ejemplo de esto es que, a pesar de que ambos sexos poseen estudios universitarios con algún postgrado realizado, las mujeres reportaron tener una mayor variación de carreras profesionales, mientras que los gerentes hombres poseen otros intereses al momento de elegir una carrera laboral. Otro ejemplo de esto son los salarios mensuales de los gerentes, ya que se evidenció que el sexo masculino a pesar de ser una minoría recibe en promedio mejores salarios que el sexo femenino.

Para finalizar, se puede concluir que, a pesar de que se han realizado muchos avances al intentar eliminar las brechas laborales existentes entre hombres y mujeres, aún quedan

cosas por resolver, específicamente es necesario enfocarse en los factores laborales, para así alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres.

RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan una serie de recomendaciones por parte de las investigadoras, derivadas del estudio presentado, las cuales pueden ser consideradas pertinentes en investigaciones futuras.

En primer lugar, se recomienda la realización de dicho estudio con una mayor población de empresas participantes, a fin de comprobar si efectivamente las mujeres han podido vencer el “techo de cristal”.

Teniendo en cuenta el punto anterior a modo de nutrir el presente estudio, se podría utilizar como segunda variable la cultura organizacional, a fin de obtener información sobre los gerentes, hombres y mujeres, y dar respuesta a la interrogante de si existe o no desigualdad dentro de la organización.

En segundo lugar, se recomienda la realización de dicho estudio en el mismo sector retail, orientando la investigación a un comercio diferente al supermercado, realizando una comparación entre ambas investigaciones, para comprobar si existe o no Desigualdad entre hombres y mujeres en las distintas ramas pertenecientes al Sector Retail.

En tercer lugar, sería oportuno y de gran interés, indagar en los diferentes cargos del área administrativa, no solo en gerentes, a fin de conocer si en cargos de menor nivel se presenta la Desigualdad de entre hombres y mujeres.

Por otro lado, se recomienda la aplicación del presente estudio solamente en mujeres pertenecientes al sector retail, adscritas a distintos cargos y niveles dentro de la estructura organizativa, a fin conocer si existe desigualdad intragénero en estas empresas.

Finalmente, se recomienda para futuras investigaciones la aplicación del estudio a un sector diferente, con la intención de conocer las similitudes o diferencias existentes entre los sectores y si presentan o no las Desigualdades entre hombres y mujeres.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adenauer-Stiftung, K. (2008). Una Lectura Sociológica de la Venezuela Actual IV. Publicaciones UCAB. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas-Venezuela. 1era edición.

Agust Nieto, S. y Martín Hernández, P. (2007). Factores que dificultan el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad: una revisión teórica. *Apuntes de Psicología*, 201-214. Recuperado de: http://copao.cop.es/files/contenidos/VOL25_2_7.pdf

Alles, M. (2010). El talento humano y las competencias. Recuperado de: https://psicologiayempresa.com/el-talento-humano-y-las-competencias-conceptos.html

Álvarez, M. (2013). Cuadro de Mando Retail: Los indicadores clave (KPI) de los Comercios Altamente Efectivos. Barcelona, España. Profit. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=X6H7dZkpAu0C&oi=fnd&pg=PT10&dq=retail&ots=M5ZBq3TgUX&sig=rGV0ID6tkbYRS41P03nXM7UE2dg#v=onepage&q=retail&f=false

Añor, V. y González, A. (2017). Desigualdad de Género en Cargos Gerenciales de tres Empresas del sector Manufacturero del Área Metropolitana (Trabajo de Grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica.* (6ta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.

Arribas, H. (2018). *Estado Civil.* Recuperado de: https://www.conceptosjuridicos.com/estado-civil/

Ascanio, S. (2009). Ellas crean empresas sensibles. Son gerentes más intuitivos, más solidarios, se comunican mejor. Gerente Venezuela, 20-24.

Aguirre-Zubiaurre, Z. y Martínez-Díaz, M. (enero-marzo 2006). Influencia de la situación laboral en el ajuste familia-trabajo. *Revista Mapfre Medicina. 17* (1), p. 14-24.

Barberá-Heredia, E. Ramos, A. Sarrió, M y Candela, C. (2002). Más Allá del Techo de Cristal. Revista del Ministerio del Trabajo e Inmigración. (40), 55-68.

Barruezo, J. (2003). La gestión moderna del comercio minorista. El enfoque práctico de las tiendas minoristas. Barcelona. Esic.

Burin, M. (Ed.). (1996). *Género, Psicoanálisis, Subjetividad.* Recuperado de: http://porelpanylasrosas.weebly.com/uploads/1/1/8/1/11810035/genero-psicoanalisissubjetividad.pdf

Buttner, H. (2001). Examining female entrepreneurs' management style: An application of a relational frame. *Journal of Business Ethics*, *29*(3), 253 -269.

Caballero, M., García, P. (2007). Curso de vida y trayectorias de mujeres profesionistas. El Colegio de México. Recuperado de: https://books.google.co.ve/books?id=HTTDFVmGW1YC&pg=PA40&lpg=PA40&dq =casamiento%5C+y+su+vida+laboral&source=bl&ots=lzMjLloVJ&sig=XMev0w7_kxdlpDF-FgUVV- 118 pO_ak&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8n5Sfs6_WAhWMDRoKHURaBXoQ6AEI LD AB#v=onepage&q=casamiento%5C%20y%20su%20vida%20laboral&f=false

Camacho, M. (s.f). Desigualdad en el empleo y el Trabajo. En Organización de los Estados Americanos (Ed.), *Desigualdad e Inclusión Social en las Américas: 14 Ensayos.* (pp. 256-275). Recuperado de https://www.oas.org/docs/desigualdad/libro-desigualdad.pdf

Canadian Institutes of Health Research. (2014). *What is gender? What is sex?*. Recuperado de: http://www.cihr-irsc.gc.ca/e/48642.html

Castro-Castro, J. (2001). La discriminación en las Relaciones Laborales. Recuperado el 16 de junio de 2018, disponible en: http://www.dt.gob.cl/1601/articles-65173_recurso_1.pdf

CEPAL (2019). Autoridades discuten en la CEPAL progresos y obstáculos para el logro de la autonomía de las mujeres y la igualdad de género de cara a la Conferencia Regional de noviembre. Recuperado de: https://www.cepal.org/es/comunicados/autoridades-discuten-la-cepal-progresos-obstaculos-logro-la-autonomia-mujeres-la.

Chiavenato. I. (2009). *Gestión del talento humano*. (3era edición). México: Mc Graw Hill.

Corbetta, P. (2010). Metodología y técnicas de la investigación social. Madrid. McGraw-Hill.

De Luis-Carnicer, P., Bernal-Cuenca, E., Vela-Jiménez, M., y Pérez-Pérez, M. (2011). Presencia Equilibrada entre Mujeres y Hombres en Consejos de Administración: Identificación de los Stakeholders. *Cuadernos de Gestión*. (11), 49-72. DOI: 10.5295/cdg.100243pd

Deutsche Post DHL Internal Communications. (2018, Abril). Act Local, Think Global. Network: Connecting Management Across the Group, 12-15.

Dolores-Salmerón, G. (2014). El Techo de Cristal (Trabajo Fin de Grado). Universitas Almeriense, Almería, España. Recuperado de http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3696/2487_EL%20TECHO%20DE%20CRISTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Durán, G y Kremerman, M. (2008). Caracterización del Sector Retail: Una Mirada General. Fundaciónsol Transformando el Futuro. (7), 1-19. Recuperado de http://www.fundacionsol.cl/wp-content/uploads/2010/09/Cuaderno-7-Retail.pdf

Escarrer, C., Navarro, C., Bosch, E., y Ferrer, V. (2008). *La segregación horizontal y vertical por género entre el PAS y el PDI de la universitat de les illes balears.* "I Congreso Internacional sobre Género, Trabajo y Economía Informal", Elche, España, 2008. Datos de publicación: En Género, Trabajo y Economía Informal (2008). Elche: Universidad Miguel Hernández Recuperado de http://ve.umh.es/sieg.1/docs/ICongresoInternacional/comunicaciones/sciv06.pdf

Gaete-Quezada, R. (2015). El techo de cristal en las universidades estatales chilenas. Un análisis exploratorio. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES), 6,* 3-20, Recuperado de http://www.scielo.org.mx/pdf/ries/v6n17/2007-2872-ries-6-17-00003.pdf

García-Lago, V. (2006). La desigualdad laboral entre hombres y mujeres. *En la calle: revista sobre situaciones de riesgo social,* (16), p. 9-13.

Guerrero-Martínez, M. (2012). Factores Clave de Éxito en el Negocio del Retail. *Ingeniería Industrial,* (30), pp 189-205. Lima, Perú.

Guzmán, V. Mauro, A. (2001). Cambios generacionales en las trayectorias laborales de las mujeres. Proposiciones, *32*, 190-208.

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed), México, D.F, Mc Graw Hill Education.

Instituto Nacional Contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo, INADI (s,fa). Trabajo sin Discriminación. Recuperado de http://www.inadi.gob.ar/contenidos-digitales/wp-content/uploads/2016/03/derecho-al-trabajo-sin-discriminacion.pdf

Instituto Nacional Contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo, INADI (s,fb). Discriminación hacia las mujeres basadas en el Género. Recuperado de http://www.inadi.gob.ar/contenidos-digitales/wp-

content/uploads/2017/06/Discriminacion-Hacia-las-Mujeres-Basadas-En-Genero-FINAL.pdf

Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo, INADI (s,fc). Gestión de las Diversidades en las Organizaciones del ámbito Laboral. Recuperado: http://www.inadi.gob.ar/contenidos-digitales/wp-content/uploads/2017/06/Gestion-de-las-Diversidades-en-las-Organizaciones-FINAL.pdf

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2004). Estadísticas Vitales de Chiapas. Recuperado de: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/vitales/vitales/2005/chis/702825000891.pdf

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2007). Encuesta Nacional de Ocupación y empleo. Recuperado de: https://books.googleusercontent.com/books/content?req=AKW5QafLDfrfKQD6xNdlGEr--cnKvdBASr8iosO1Y4trcq5lbNroEAuhhEk1-wa7RV_FnBd0l9yT0oLZO1bKwCvdbxVrsZt-bPVcKKbQ0lqhkmZGNAXQmWUlSNXyHa4kdxXpKRiLTnzpIIr5d2jsjtWrvmx_xJQ1mlbr44_F-u5Viuh9VcU_Y5EFGk6z_fA-GtJZJidouTR_aTOhuRyRqqLXKmxo658gAIpVTFdSVXl_aJLAC3azrcZ5E4xScvvFky2JeHfW8D2n8XKRQT4mVh01yIO4ESrmeY-ffYYvkS1GbuwCaYLcnj4

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (s.f). Glosario. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/app/glosario/default.html?p=ENOE15#letraGloO

Instituto Nacional de Estadística. (2011). Glosario de Términos. Recuperado de http://www.ine.gov.ve/index.php?option=com_content&id=743&Itemid=85

Instituto Nacional de Estadística. (abril,2016). Encuesta de Hogares por Muestreo: Situación en la Fuerza Laboral de Trabajo Venezuela. Recuperado de http://www.ine.gov.ve/documentos/Social/FuerzadeTrabajo/pdf/Mensual201604.pdf

Iranzo, C., y Richter, J. (2002). El espacio femenino en el mundo del trabajo formal. Venezuela: Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año 7. No 20.

Lavado-Montejo, J. (2017). Discriminación laboral en la selección de personal en la ciudad de Trujillo 2017. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo - Perú.

Lo Monaco, V. (2015). De la desigualdad a la igualdad. Ida y vuelta. En Prieto, F (Ed.), Derrotar la Desigualdad (El reto crucial de nuestro tiempo) (pp. 33-71). Caracas, Venezuela: FUNDAVAG Ediciones.

Lozano Correa, L. (mayo-agosto, 2007). El talento humano, una estrategia de éxito en las empresas culturales. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/206/20606008.pdf

Martínez, E. y Paolino, V. (2016). Barreras en el Mundo Laboral: Género y Acceso a Cargos Gerenciales en Tres Entidades del Sector Bancario en Venezuela (Trabajo de Grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Martínez-León, I., Arcas-Lario, N., y García-Hernández, M. (2011). La Influencia del Género sobre la Responsabilidad Social Empresarial en las Entidades de Economía Social. *REVESCO*. Revista de Estudios Corporativos, (105), 143-172. Recuperado de: http://www.redalyc.org/pdf/367/36718802007.pdf

Matteo, C. (2012). La mujer en el entorno gerencial venezolano: perfil, características y desempeño. *Revista venezolana de estudios de la mujer.* Recuperado de: http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_vem/article/viewFile/2052/1954

MISSEN por la igualdad. (2017). ¿Qué es la segregación vertical? ¿Y el suelo pegajoso? [Mensaje en un blog]. Recuperado de https://igualdadmissem.wordpress.com/2017/10/13/que-es-la-segregacion-vertical-y-el-suelo-pegajoso/

ONU. (2010). Acerca de ONU Mujeres. Recuperado de: http://www.unwomen.org/es/about-us/about-un-women

Ordóñez, L. (2015). *Discriminación laboral por razón de género.* DOI: 10.1387/lan-harremanak.15417

Organización Internacional del Trabajo. (2006). *Trabajo decente y equidad de género en América Latina.* Recuperado de: http://guiaderecursos.mides.gub.uy/innovaportal/file/21571/1/12_oit-trabajo_decente_y_euidad_de_genero.pdf

Orlando, M. y Zúñiga, G. (2000). Situación de la mujer en el mercado laboral en Venezuela: participación femenina y brecha de ingresos por género. Revista temas de coyuntura, (41). Recuperado de http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temasdecoyuntura/article/view/1752

Organización Internacional del Trabajo. (2015). La mujer en la gestión empresarial: Cobrando impulso. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_356969.pdf

Pérez, J. y Gardey, A. (2012). Definición de edad. Recuperado de: https://definicion.de/edad/

Pérez, P. (2008). Desigualdades de género en mercado de trabajo argentino (1995-2003). *Trabajos y comunicaciones.* Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/11481

Ponce, A. (2005). *Administración de empresas teoría y práctica segunda parte*. México: Limusa Noriega Editores.

Prada-Ospina, R., y Ocampo-Vélez, P. (2016). Oportunidad para adoptar estrategias de orientación al mercado y la orientación a la gerencia de la cadena de abastecimiento en el sector de retail: un caso de estudio. *Lámpsakos*, (16), 75-87. DOI: http://dx.doi.org/10.21501/21454086.2028

Quintero, L. (2015). El sector Retail, los puntos de venta y el comportamiento de compra de los consumidores de la base de la pirámide en la comuna 10 de la ciudad de Medellín. *Revista Ciencias Estratégicas.* Recuperado de: http://www.redalyc.org/pdf/1513/151345259009.pdf

Redondo, M. y Jimeno, F. (s.f). *El escenario de la desigualdad de género en la esfera de los negocios en cuatro actos.* Recuperado de: https://siem.unizar.es/sites/siem.unizar.es/files/users/siem/Premio/xi_premio_investigacion-mercedes_redondo_y_frco._j_jimeno_de_la_maza.pdf

Reyes Ponce, A. (2007). *Administración Moderna.* México, D.F: Limusa Noriega Editores.

Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional.* (15° Edición). México. Editorial: Pearson - Prentice Hall.

Roldán-García, E. Leyra-Fatou, B. Contreras-Martínez, L. (2012). Segregación laboral y techo de cristal en trabajo social: análisis del caso español. España-Huelva. *Portularia*, (*12)*, 43-56. DOI:10.5218/prts.2012.0043

Shaikh, S. (s.f). *Mobility of Labour: Meaning, Importance and Factors Hampering It.* Recuperado de: http://www.economicsdiscussion.net/labour/mobility-of-labour-meaning-importance-and-factors-hampering-it/13755

Sierra, R. (1994). Técnicas de Investigación Social: Teoría y Ejercicios. Madrid: Editorial Thomson.

Sollova-Manenova, V. y Salgado-Vega, J. (2010). Segregación ocupacional por razones de género en el Estado de México, 1990-2000. *16*, 189-215. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/pdf/pp/v16n64/v16n64a8.pdf

Stecher, A. (2012). Perfiles Identitarios de Trabajadores de Grandes Empresas del Retail en Santiago de Chile: Aportes Psicosociales a la Comprensión de las Identidades Laborales. *Psykhe (Santiago)*, *21*(2), 9-20. Recuperado en 04 de julio de 2018, de https://scielo.conicyt.cl/pdf/psykhe/v21n2/art02.pdf

Stracuzzi, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa.* (3ra ed.). Caracas, Venezuela: FEDUPEL.

Tomás, M. y Guillamón, C. (2009). Las barreras y los obstáculos en el acceso de las profesoras universitarias a los cargos de gestión académica. Revista de Educación, *350*, 253-275.

UNESCO. (2014a). Igualdad de Género. Patrimonio y Creatividad. Recuperado de: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CLT-LibroGeneroPatrimonioBORRADOR.pdf

UNESCO. (2014b). Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo: Material Metodológico. Recuperado de https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pd

Urquijo, J. y Bonilla, J. (2008). *La Remuneración del Trabajo. Manual para la Gestión de Sueldos y Salarios.* Caracas: Publicaciones UCAB.

Velásquez, A. (septiembre-diciembre, 2007). La organización, el sistema y su dinámica: una versión desde Niklas Luhmann. *Revista Escuela de Administración de Negocios.* Recuperado de: http://www.redalyc.org/pdf/206/20611495014.pdf

Vizcarra Bordi, I. (2008). Entre las desigualdades de género: un lugar para las mujeres pobres en la seguridad alimentaria y el combate al hambre. *Argumentos (México, D.F.)*, *21*(57), 141-173. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952008000200007&lng=es&tlng=es.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta para la Recolección de Datos.

Desigualdad en factores sociodemográficos y laborales en gerentes hombres y mujeres del Sector Retail en Caracas, 2019. (Trabajo de Grado)

Cordialmente nos dirigimos a usted con el propósito de solicitar su colaboración para responder el cuestionario que se presenta a continuación.

El mismo tiene por finalidad recabar la información requerida para la realización de un Trabajo de Grado en la Carrera de Relaciones Industriales de la Universidad Católica Andrés Bello.

El objetivo de la siguiente investigación, es determinar los factores sociodemográficos y laborales asociados a la desigualdad entre hombres y mujeres en cargos gerenciales adscritos a dos (2) empresas del sector retail ubicadas en el área Metropolitana de Caracas en el año 2019.

La información suministrada es ESTRICTAMENTE CONFIDENCIAL y será utilizada exclusivamente para fines académicos.

Agradecemos su honestidad, ya que de ella dependerá la validez de los resultados obtenidos.

¡Gracias de antemano por su colaboración!

*Obligatorio

Empresa: *

Tu respuesta

Cargo: *

Tu respuesta

Área: *

Tu respuesta

Instrucciones

Le agradecemos que lea atentamente cada una de las preguntas que se presentan y seleccione la alternativa que considere se ajusta a su caso.

No existen respuestas correctas o incorrectas, sin embargo, le pedimos responda todas las interrogantes de manera honesta, a fin de contar con datos legítimos que le brinden confiabilidad a los resultados del estudio.

1. Sexo: *

- ◯ 1. Hombre
- ◯ 2. Mujer

2. Estado Civil: *

- ◯ 1. Soltero (a)
- ◯ 2. Casado (a)
- ◯ 3. Divorciado (a)
- ◯ 4. Viudo (a)
- ◯ 5. Concubino (a)

3. Edad *

- ◯ 1. 29 - 33 años
- ◯ 2. 34 - 38 años
- ◯ 3. 39 - 43 años
- ◯ 4. 44 - 48 años
- ◯ 5. 49 - 53 años
- ◯ 6. 54 - 58 años
- ◯ 7. 59 años o más

4. Número de hijos: *

- ◯ 1. Cero (0) hijos
- ◯ 2. Un (1) hijos
- ◯ 3. Dos (2) hijos
- ◯ 4. Tres (3) hijos
- ◯ 5. Cuatro (4) o más hijos

5. Nivel educativo: *

- 1. Técnico Superior
- 2. Universitario
- 3. Post-Grado
- 4. Doctorado

6. Profesión: *

Tu respuesta

7. Duración en el cargo actual: *

Tu respuesta

8. Antigüedad en la empresa actual: *

- 1. Menos de 1 año
- 2. 1-5 años
- 3. 6-10 años
- 4. 11-15 años
- 5. 16-20 años
- 6. 21 año o más

9. ¿Cuántas horas trabaja diariamente?: *

- 1. Cuatro (4) horas
- 2. Ocho (8) horas
- 3. Diez (10) horas
- 4. Doce (12) horas

10. Años de experiencia laboral que usted posee: *

Tu respuesta

11. Tiempo transcurrido de su última promoción: *

- 1. Menos de 1 año
- 2. 1 año
- 3. 2 años
- 4. 3 años
- 5. 4 años
- 6. 5 años o más

12. ¿Cuál es el número total de cargos ocupados por usted en los últimos 10 años?: *

- 1. Un (1) cargo
- 2. Dos (2) cargos
- 3. Tres (3) cargos
- 4. Cuatro (4) cargos
- 5. Cinco (5) cargos o más

13. Total de años ocupando diferentes cargos gerenciales a lo largo de su carrera profesional: *

- 1. 1-5 años
- 2. 6-10 años
- 3. 11-15 años
- 4. 16-20 años
- 5. 21 años o más

14. Salario mensual que usted recibe actualmente: *

- 288.000,00 Bs. S. – 306.000,00 Bs. S.
- 306.001,00 Bs. S – 324.001,00 Bs. S.
- 324.002,00 Bs. S. – 342.002,00 Bs. S.
- 342.003,00 Bs. S. – 360.003,00 Bs. S.
- 360.004,00 Bs. S. – 378.004,00 Bs. S.
- 378.005,00 Bs. S – 396.005,00 Bs. S.

- ◯ 396.006,00 Bs. S. – 414.006,00 Bs. S.
- ◯ 414.007,00 Bs. S. – 432.007,00 Bs. S.
- ◯ 432.008,00 Bs. S. – 450.008,00 Bs. S.
- ◯ 450.009,00 Bs. S. – 468.009,00 Bs. S.
- ◯ 468.010,00 Bs. S. – 486.010,00 Bs. S.
- ◯ 486.011,00 Bs. S. – 504.011,00 Bs. S.
- ◯ 504.012,00 Bs. S – 522.012,00 Bs. S.
- ◯ 522.013,00 Bs. S. – 540.013,00 Bs. S
- ◯ 540.014,00 Bs. S. – 558.014,00 Bs. S.
- ◯ 558.015,00 Bs. S. – 576.015,00 Bs. S.
- ◯ 576.016,00 Bs. S. – 594.016,00 Bs. S.
- ◯ 594.017,00 Bs. S. – 612.017,00 Bs. S.
- ◯ 612.018,00 Bs. S. – 630.018,00 Bs. S.
- ◯ 630.019,00 Bs S. – 648.019,00 Bs. S.
- ◯ 648.020,00 Bs. S. – 666.020,00 Bs. S.
- ◯ 666.021,00 Bs. S. – 684.021,00 Bs. S.
- ◯ 684.022,00 Bs. S. – 702.022,00 Bs. S.
- ◯ 702.023,00 Bs. S – 720.023,00 Bs. S.
- ◯ 720.024,00 Bs. S. – 738.024,00 Bs. S.
- ◯ 738.025,00 Bs. S. – 756.025,00 Bs. S.
- ◯ 756.026,00 Bs. S. – 774.026,00 Bs. S.
- ◯ 774.027,00 Bs. S. – 792.027,00 Bs. S.
- ◯ 792.028,00 Bs. S. – 810.028,00 Bs. S.

- ◯ 810.029,00 Bs. S. – 828.029,00 Bs. S.
- ◯ 828.030,00 Bs S. – 846.030,00 Bs. S.
- ◯ 846.031,00 Bs. S. – 864.031,00 Bs. S.
- ◯ 864.032,00 Bs. S. – 882.032,00 Bs. S.
- ◯ 882.033,00 Bs. S. – 900.033,00 Bs. S.
- ◯ 900.034,00 Bs. S. – 918.034,00 Bs. S.
- ◯ 918.035,00 Bs S. – 936.035,00 Bs. S.
- ◯ 936.036,00 Bs. S. – 954.036,00 Bs. S.
- ◯ 954.037,00 Bs. S. – 972.037,00 Bs. S.
- ◯ 972.038,00 Bs. S. – 990.038,00 Bs. S.
- ◯ 990.039,00 Bs. S. – 1.008.039,00 Bs. S.

15. Marque a continuación con una equis (X) todos los beneficios que usted recibe actualmente, según sea su caso: *

- ☐ 1. Anticipo de Préstamos Sociales
- ☐ 2. Compensación Variable
- ☐ 3. Descuentos en supermercados de la marca
- ☐ 4. Pago de bono por cumpleaños
- ☐ 5. Pago de bono en dólares
- ☐ 6. Pago de bono por Desempeño
- ☐ 7. Pago de bono por regalo navideño para hijos
- ☐ 8. Pago de días de vacaciones adicionales
- ☐ 9. Programa de estudios y formación para hijos (becas/ créditos)
- ☐ 10. Programa de estudios y formación para trabajadores (becas/ créditos)
- ☐ 11. Pago de Gimnasio o actividad física deseada

- [ ] 12. Pago de seguro de vida Básico
- [ ] 13. Pago de seguro de accidentes y muertes
- [ ] 14. Pago de seguro en dólares
- [ ] 15. Pago de plan médico HCM exceso
- [ ] 16. Pago de Viáticos
- [ ] 17. Tarjeta de crédito corporativa
- [ ] 18. Ayuda por mantenimiento de vehículo