



ARTÍCULO CIENTÍFICO

LA COMPETITIVIDAD EN MIPYMES DIRIGIDAS POR MUJERES EN LA CIUDAD DE MÉXICO

COMPETITIVENESS IN MICRO-, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (MSME) LED BY WOMEN IN MÉXICO CITY

Resumen

El objetivo de este trabajo consistió en caracterizar los factores que determinan la competitividad de las Mipymes dirigidas por mujeres. Se construyó un cuestionario que fue aplicado a 272 empresarias de la Ciudad de México. Los principales hallazgos son: las empresas dirigidas por mujeres son de tamaño micro, se concentran en servicios y comercio, no cuentan con personalidad jurídica, no utilizan herramientas tecnológicas, pero son capaces de identificar oportunidades de negocios y de impulsarlos con ahorros propios y de familiares, reinvertiendo las utilidades. Más de la mitad consideran que, si bien sus ingresos son insuficientes, la empresa no está en riesgo.

Palabras claves: competitividad; mipyme; mujer.

Abstract

The objective of this paper was to characterize the factors that determine the competitiveness of micro-, small and medium-sized enterprises (MSMEs) led by women. A questionnaire was designed and applied to 272 businesswomen in Mexico City. The main findings were: companies run by women are micro-sized, they focus on services and trade, and they have no legal personality nor use any technological tools; however, they are able to identify business opportunities and boost their businesses with their own and their family's savings, reinvesting the profits. More than half of them consider that, although their income is insufficient, their business is not at risk.

Keywords: competitiveness; MSMEs; women.

MARÍA LUISA SAAVEDRA GARCÍA

ORCID: 0000-0002-3297-1157

maluisasaavedra@yahoo.com

Facultad de Contaduría y Administración.
Universidad Nacional Autónoma de México.
México.

Introducción

La competitividad es la capacidad de combinar aspectos de calidad, precio, diseño y tiempo de entrega para satisfacer las necesidades de los clientes y eventualmente convertir a la empresa en un eslabón confiable de la cadena productiva de otras que oferten productos similares (Inmujeres, 2009). La importancia de la competitividad radica en que es un elemento fundamental para lograr que una empresa permanezca en el mercado, de ahí la necesidad de estudiarla particularmente en el caso de las empresas dirigidas por mujeres.

Así pues, este trabajo se realizó con el objetivo de caracterizar los factores que determinan la competitividad de empresas micro, pequeñas y medianas dirigidas por mujeres. Para este fin se realizó la recolección de datos a través de un cuestionario directo estructurado a 272 empresarias voluntarias de la ciudad de México.

El desarrollo de este trabajo se divide en tres partes: en la primera se presenta el marco teórico, en la segunda el diseño metodológico y en la tercera el análisis e interpretación de los resultados; por último, se exponen las conclusiones e implicaciones de esta investigación.

Marco Teórico

Escuelas que explican las diferencias en el desempeño de empresas dirigidas por hombres y mujeres

Con respecto a las diferencias en el desempeño de las empresas lideradas por hombres y mujeres, existen dos escuelas (Fischer, Reuber y Dyke, 1993):

1. **Teoría del feminismo liberal**, Fischer et al. (1993) sugieren que las empresas dirigidas por mujeres muestran un desempeño pobre a causa de la discriminación que existe contra ellas y/o a causa de otros factores sistemáticos que privan a la mujer de recursos importantes. Con respecto a esto último, Gottschalk y Niefert (2010) afirman que las mujeres carecen de acceso a los recursos relevantes como educación y experiencia en negocios o capital financiero.

Los estudios que adoptan una perspectiva feminista liberal parecen asumir (implícita o explícitamente) que las empresas propiedad de mujeres muestran un desempeño inferior a las empresas propiedad de hombres y luego se

disponen a explicar este bajo rendimiento sobre la base de la discriminación potencial (Ahl, 2006).

2. **La teoría del feminismo social**, Fischer et al. (1993) argumentan que el hombre y la mujer son inherentemente diferentes por naturaleza, pero estas diferencias no implican que la mujer necesariamente sea menos (o más) efectiva en los negocios que el hombre, la mujer puede simplemente tener un enfoque diferente de su negocio; coincidiendo con esto, Gottschalk y Niefert (2010) señalan que las mujeres tienen diferentes actitudes y valores y, en consecuencia, adoptan un enfoque diferente para los negocios. Esto implica que las empresas dirigidas por una mujer, pueden tener un buen desempeño, de acuerdo con los parámetros que la propia empresaria establezca (Zolín, Stuetzer y Watson, 2013).

Factores que influyen en la competitividad de empresas dirigidas por mujeres

A continuación, se describen los principales factores que influyen en la competitividad de empresas dirigidas por mujeres:

a. Recursos y capacidades de la empresaria

Escandón y Arias (2011) encontraron que el nivel de competitividad se encuentra relacionado con los recursos y capacidades de la emprendedora tales como el nivel de educación; así las empresas dirigidas por mujeres con mayor educación son las que logran expandirse en el mercado alcanzando mayor productividad, identificando oportunidades para emprender.

En congruencia con este enfoque, Rodríguez, Fuentes y Lázaro (2011) señalan que los recursos esenciales para la creación de una ventaja competitiva sostenible y un desempeño empresarial superior son: el capital financiero, el capital humano y el capital social. Así también, afirman que estos recursos guardan estrecha relación con las capacidades, dado que el capital financiero es capaz de dar acceso a más entrenamiento y educación, y es mejor aprovechado por los empresarios como lo señalan Díaz García y Jiménez Moreno (2010), buscando de este modo hacer crecer a la empresa; el capital humano así como la contratación de personal más experto y capacitado puede conseguirse con una adecuada orientación al aprendizaje, facilitando así la implementación de estrategias de mercado las cuales requieren un profundo conocimiento de los clientes y la competencia; el capital social, es

decir, las redes de negocios, es de vital importancia para la capacidad emprendedora y orientación al mercado, a través de las cuales la empresaria puede mantenerse informada de nuevas oportunidades de negocio.

Según Martínez (citado en Hernández, 2010) la escasa participación de las mujeres en las organizaciones empresariales se debe a dos aspectos fundamentales: a) las empresas dirigidas por mujeres no tienen el peso económico suficiente para que la élite directiva las considere como candidatas potenciales a un puesto de dirección, b) las mujeres empresarias no participan activamente, ni se interesan por hacer política al interior de las cámaras patronales.

Por otra parte, Díaz García y Jiménez Moreno (2010) han encontrado que las empresarias buscan un crecimiento lento y estable, sus redes de contactos son de menor tamaño y diversidad y contienen menor número de contactos empresariales y bancarios, como consecuencia tienen menos contactos con clientes/proveedores o personas con conocimientos empresariales. A este respecto, Espino (2005) señala que una de las razones de la falta de redes es que las mujeres enfrentan problemas para acceder a posiciones de liderazgo institucional, político y de autoridad pública lo que las limita para establecer este tipo de relaciones; por otra parte, Bonder (2003) refiere que se debe a la falta de tiempo y a la falta de estímulo e información por parte de las instituciones gremiales.

En lo que se refiere al capital humano, el Instituto de la Mujer (2011) señala que está compuesto tanto por la formación y la experiencia como por la autoeficacia percibida y el tiempo dedicado a la actividad empresarial. Así pues, este factor tiene que ver con la experiencia laboral previa, la autoeficacia y la gestión del tiempo.

b. La búsqueda del equilibrio entre la responsabilidad familiar y empresarial

Ribeiro (2004) refiere que la escasa participación de los hombres en la esfera doméstica limita el desarrollo de la mujer pues la mayoría de ellas encuentran como única alternativa viable obtener un empleo de medio tiempo, así como ejercer una actividad económica en el interior de su hogar (con las limitaciones que eso conlleva), haciendo así compatible su papel reproductivo con el productivo. Esta situación persiste a pesar de que la incorporación de la mujer al mercado laboral ha ido en aumento; el trabajo doméstico sigue siendo responsabilidad de las mujeres pues se encuentra

arraigada en la sociedad la expresión cultural de que el trabajo doméstico es “cosa de mujeres”.

En este mismo sentido, Equal (2010) refiere que en la sociedad se encuentra arraigado el estereotipo de género donde la mujer es vista como madre y esposa, responsable de las funciones reproductivas y domésticas, lo cual, según Heller (2010), limita sus posibilidades de llevar exitosamente adelante una profesión o de tener un empleo, por esta razón muchas deciden emprender su propia empresa. Coincidente con lo anterior, los estudios de BIRF (2010) señalan que una de las razones por la que las mujeres emprenden es para poder cumplir con sus responsabilidades domésticas y de crianza.

Como consecuencia de lo anterior, la empresaria se pone un “techo de cemento” al limitar sus aspiraciones de crecimiento en la búsqueda de un equilibrio entre las responsabilidades familiares y empresariales (Chaves, Valenciano, Vega y Ortiz, 2013; Equal, 2010). De acuerdo con Equal (2010), “el techo de cemento: o conjunto de elecciones personales de las mismas mujeres que hacen que, dentro del mundo empresarial, decidan rechazar la promoción y el acceso a los puestos directivos” (p. 3). A este respecto, Valenzuela (2005) señala que las mujeres prefieren manejar empresas de tamaño micro dado que al ser más flexibles les permite hacer compatible las actividades de administrar la empresa y administrar su hogar y cuidar a su familia que consideran su responsabilidad fundamental. Con referencia a esto, se concluye que es la propia mujer la que pone los límites a su propio crecimiento como empresaria.

c. El tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa se encuentra relacionado con la rentabilidad y los ingresos del dueño. La paridad o disparidad entre los géneros en los niveles de ingresos podría explicarse por el tamaño de los negocios, a su vez el tamaño se relaciona con la falta de acceso a recursos financieros.

A este respecto, Espino (2005) afirma que la concentración de mujeres en el sector de las microempresas se atribuye a que acceden a éste con mayor facilidad debido a que encuentran pocas barreras en cuanto a requerimientos (niveles de escolaridad, requisitos legales, capital, etc.), y también a que su organización, por ser más flexible (muchas veces las actividades se realizan en el hogar), les permite compatibilizar el trabajo remunerado con las responsabilidades y tareas domésticas que

siguen estando a su cargo. Asimismo, su predominio en este segmento se explica por el efecto “techo de cristal” y por su motivación para establecer el emprendimiento, asociada principalmente al desempleo y la discriminación que existe respecto del salario que se les paga en comparación con lo que recibe un hombre, siendo el de éste superior, aun realizando el mismo trabajo.

Por su parte, Díaz García y Jiménez Moreno (2010) señalan que las empresarias establecen límites máximos para la dimensión de su empresa a partir de los cuales prefieren no expandirse; esto se debe principalmente al afán que tienen de equilibrar sus actividades profesionales y personales. Esto coincide con lo encontrado por SELA (2010) y García, García y Madrid Guijarro (2012) quienes comprobaron que las empresas dirigidas por mujeres son de menor tamaño que las dirigidas por hombres. Así pues, el tamaño es uno de los factores que incide en la competitividad de las empresas dirigidas por mujeres, pues Afza (2011) encontró una relación positiva fuerte entre el tamaño y el rendimiento medido por la utilidad por acción.

d. El sector en el que opera la empresa

Ernst & Young (2009) señalan que las empresarias tienden a tener un negocio menos diversificado que los empresarios, concentrándose en pocos sectores y limitando así las posibilidades de obtener mayor rentabilidad. Coincidiendo con esto, Sallé (2014) afirma que las mujeres solo aparecen como protagonistas en las fórmulas de autoempleo y Mipymes, en los segmentos más precarios del conglomerado de las Mipymes.

De acuerdo con BIRF (2010), en la mayoría de los países de América Latina, incluyendo México, las empresas dirigidas por mujeres se encuentran concentradas en el sector comercial, esto se debe a que no se requiere montos elevados de capital, las actividades de este sector necesitan menos capacitación especializada y no exigen altos niveles de educación, son más flexibles en términos de ubicación y horarios de funcionamiento y son consideradas un ámbito de desempeño aceptable para la mujer según las convenciones sociales. El segundo sector en el que se concentran estas empresas es el de servicios, dado que es un sector donde las brechas de ingreso son más reducidas.

e. Innovación y nuevas tecnologías

La competitividad se encuentra también relacionada con la innovación y las nuevas tecnologías. La innovación en estas empresas se ve

influenciada por el nivel de competencia, a mayor cantidad de competidores, más innovación se desarrolla en la empresa y, por lo tanto, incrementa su competitividad, lo que se ve reflejado en la calidad del producto y la manera como se hace eficiente el servicio.

De acuerdo con Espino (2005), para las mujeres empresarias, la ignorancia tecnológica es un gran obstáculo, junto con la falta de conocimientos técnicos sobre el proceso productivo. La escasa disponibilidad de tecnología y equipos, así como de las destrezas necesarias para su manejo, a menudo lleva a las mujeres al sector artesanal, que ofrece bajos niveles de utilidad. En este sentido, el Instituto de la Mujer (2011) encontró que existen sectores dominados por mujeres tales como educación y el de actividades sanitarias, veterinarias y de servicio social.

Así también, Bonder (2003) refiere que un rasgo común de las Mipymes lideradas por mujeres es la baja contratación de servicios técnicos calificados que las asesoren en la planeación y evaluación de sus negocios. Menciona que estos servicios están basados en una lógica masculina que en definitiva no puede dar respuestas sensibles y eficaces a los estilos de funcionamiento y a la visión con que las mujeres construyen sus empresas, por lo que las mujeres ocupan menos tecnología en sus procesos (García et al., 2012; Saavedra y Camarena, 2015). Lo anterior resulta relevante toda vez que numerosas investigaciones han comprobado que existe una relación directa positiva entre el uso de TI y la competitividad de las empresas (Abrego, Medina y Sánchez, 2016; Bayraktar et al., 2009; Colomina, 1998; Lim, Richardson y Roberts, 2004; Mahmood y Mann, 2009; Moreno, 2012; Neil y Lawrence, 2001; Solano, García Pérez de Lema y Bernal, 2014).

f. Entorno de negocios, carga de regulaciones y factores de mercado

El entorno, las regulaciones y las condiciones de mercado afectan por igual a hombres y mujeres, sin embargo, hay excepciones (BIRF, 2010):

- Las empresas son menos propensas a percibir la corrupción como obstáculo que los empresarios.

- Las mujeres empresarias tienden a percibir considerablemente menos el nivel de habilidades y educación de los trabajadores disponibles como una barrera que lo que perciben los hombres empresarios.

- Las empresarias muestran más propensión a considerar la inestabilidad macroeconómica como un obstáculo para el funcionamiento y el crecimiento de las empresas que los propietarios masculinos.

- Las empresarias se sienten menos capacitadas para enfrentar procedimientos complejos en los trámites gubernamentales que sus contrapartes hombres.

Con respecto a las condiciones de mercado, Espino (2005) refiere que las mujeres están frecuentemente excluidas de la mayoría de los mercados lucrativos por razones de género. Incluso en muchas sociedades donde la exclusión no es explícita, las mujeres están sujetas a restricciones en cuanto a su movilidad fuera del hogar y en áreas definidas como espacios masculinos, lo cual restringe las oportunidades que podría tener para formar redes de negocios que impulsen su desarrollo. Por su parte, el Instituto de la Mujer (2011) encontró que las empresarias tienen su clientela compuesta por consumidores directos y de éstos la mayor parte son mujeres, en comparación

de las empresas dirigidas por hombres.

g. Investigaciones empíricas realizadas acerca del desempeño de empresas dirigidas por mujeres

Con base en la revisión de la literatura, se presenta la tabla de los factores que inciden en la competitividad de las empresas dirigidas por mujeres (Ver tabla 1).

Método

Se realizó un muestreo en Mipymes de la Ciudad de México, recolectando los datos a través de un cuestionario directo estructurado. Se tomaron como criterios que el propietario o accionista mayoritario fuera mujer y que contaran con 4 hasta 250 empleados, considerando que la microempresa es la que tiene hasta 10 empleados, la pequeña empresa de 11 a 50 empleados y la mediana de 51 a 250 empleados (de acuerdo con la clasificación señalada en el Diario Oficial de la Federación del 30

Tabla 1. Factores que influyen en la competitividad de las empresas dirigidas por mujeres.

Fuente: elaboración propia con base en los autores citados

Factores	VARIABLES	Autores
Recursos y capacidades de la empresaria	Nivel educativo Identificación de oportunidades Redes de contactos N° de horas dedicadas a la empresa Capacitación Experiencia laboral Experiencia empresarial Responsabilidad por el cuidado de la familia Conocimientos técnicos	Escandón y Arias (2011), Díaz y Jiménez (2010), Espino (2005), EMAKUNDE (2013), Rodríguez, et al. (2011), Bonder (2003), Inmujeres (2009), SELA (2010), Powers y Magnoni (2010), Heller (2010), Equal (2010), Inmyxai & Takahashi (2010), Instituto de la Mujer (2011), Gottschalk & Niefert (2010), Fairlie, R. & Robb, A. (2008).
Innovación y nuevas tecnologías	Tecnologías, Innovación	Escandón y Arias (2011), Espino (2005), García, García y Madrid (2012), EMAKUNDE (2013), Bonder (2003), Colomina (1998), Neil y Lawrence (2001), Lim, Richardson y Roberts (2004), Mahmood y Mann (2005), Bayraktar et al. (2009), Moreno (2012), Solano, García y Bernal (2014), Abrego, Medina y Sánchez (2016).
Resultados Empresariales	Nivel de ingresos N° de empleados Capital financiero Capital humano (Capacitación) Inestabilidad macroeconómica	Díaz y Jiménez (2010), Ernst & Young (2009), Espino (2005), BIRF (2010), Izquierdo y Schuster (2008), SELA (2010), (Inmyxai & Takahashi, 2010), Instituto de la Mujer (2011), Hsu, Kuo & Chang (2013), Fairlie & Robb (2008).
Diversificación empresarial	Sectores Negocios incipientes	Ernst & Young (2009), Espino (2005), Bonder (2003), Salle (2014), Zabludovsky (2003), SELA (2010), Instituto de la Mujer (2011), Kalnins & Williams (2014).
Tamaño	Techo de cemento Capital físico Propiedades con menos valor Menos empleados	Powers y Magnoni (2010), Espino (2005), Díaz y Jiménez (2010), García, García y Madrid (2012), BIRF (2010), EMAKUNDE (2013), Zabludovsky (2003), Inmujeres (2009), SELA (2010), Equal (2010), Afza (2011), Inmyxai & Takahashi (2010).

Tabla 2. Cuestionario.

Fuente: elaboración propia

Variables	Indicadores
Características de la empresa	Sector, tamaño, antigüedad, personalidad jurídica.
Características de la empresaria	Edad, estado civil, nivel de estudios, experiencia laboral y empresarial, número de hijos, responsabilidades familiares, nivel de estudios de los padres, ocupación de los padres, razones para emprender, barreras para emprender.
Capacitación	Capacitación formal e informal, temas de capacitación, uso de la capacitación.
Organización y toma de decisiones	Misión, Visión, organigrama, manuales, áreas funcionales, proceso de toma de decisiones, capacitación a empleados, riesgo del negocio.
Redes	Clientes, proveedores, competidores, asociaciones empresariales, instituciones financieras, instituciones gubernamentales.
Percepción de la empresaria	Características de empresarias y empresarios, obstáculos que enfrentan las empresarias y empresarios, tipo de liderazgo.
Competitividad	Oportunidades de negocios, uso de Tecnologías de información, origen del capital, crecimiento del capital, Ingresos, factores del entorno, crecimiento del sector, crecimiento de la empresa y metas.
Financiamiento	Fuentes de financiamiento, apoyos gubernamentales, apoyos privados, destino del financiamiento, requisitos, plazos, costos, obstáculos para obtener un crédito.

de junio de 2009).

Se recolectaron los datos entre los meses de julio a diciembre de 2016, aplicando personalmente el cuestionario a 272 empresarias que voluntariamente accedieron a colaborar con la investigación, en las 16 delegaciones de la Ciudad de México. Se realizó un análisis descriptivo y correlacional.

El cuestionario fue desarrollado con base en las variables identificadas en la revisión de la literatura (Ver tabla 2).

En este trabajo se presentará el análisis y resultados de la variable "Competitividad" únicamente.

Resultados

Para efectos de este artículo solo se presentarán los resultados del trabajo de campo que corresponden a la variable competitividad; sin embargo, para contar con un marco de referencia acerca de las empresas y empresarias, se comentarán brevemente las características encontradas en ambos tópicos.

Características de las empresas

El 49% de las empresas pertenecen al sector servicios, mientras que el 39% corresponden al sector comercio y sólo el 12% son del sector industria, siendo coincidente con la literatura previa

que indica que las empresas dirigidas por mujeres se concentran principalmente en servicios y comercio (Ernst & Young, 2009; BIRF, 2010; Sallé, 2014). En cuanto al tamaño, el 92% corresponden a empresas micro, el 7% son empresas pequeñas y menos del 1% corresponden a empresas medianas, corroborando la literatura previa donde se señala que las empresas dirigidas por mujeres son principalmente de tamaño micro (Espino, 2005; Díaz García y Jiménez Moreno, 2010; García, García y Madrid Guijarro, 2012; SELA, 2010). El 80% de las empresas son personas físicas o naturales, es decir, carecen de personalidad jurídica.

Características de las empresarias

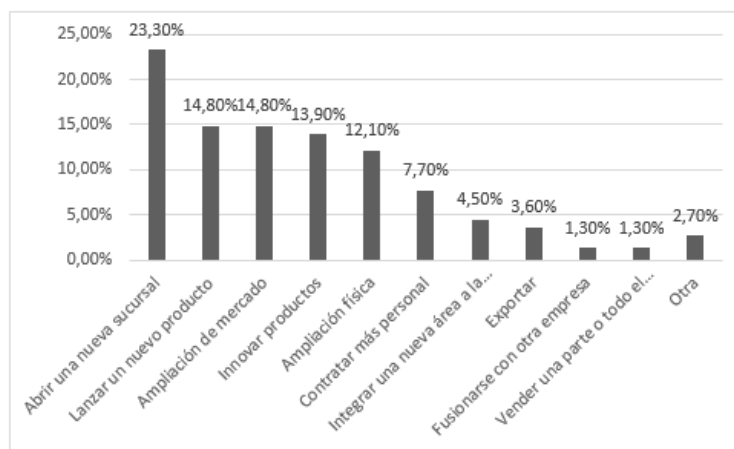
El 60% de las empresarias son mayores de 40 años, indicando que cuentan con alguna experiencia laboral antes de emprender, mientras que el 40% son menores de 40 años, las mismas que emprenden con el fin de equilibrar el trabajo con las responsabilidades familiares. En cuanto a los estudios realizados predomina el nivel de licenciatura (36%) en el área empresarial (46%). Por otra parte, el 52% están casadas o tienen pareja, mientras el resto son solteras (35%), y en menor proporción están divorciadas o viudas.

Competitividad

Las empresarias en su mayoría (82%) son capaces

Gráfico 1. Tipo de oportunidades de negocio.

Fuente: elaboración propia



de identificar oportunidades de negocio que podrían aprovechar, lo que les permite permanecer en el mercado. Este hallazgo es coincidente con lo que señalan Escandón y Arias (2011), que las mujeres son capaces de identificar oportunidades para emprender.

Las oportunidades de negocio que las empresarias identifican tienen que ver en mayor medida con proyectos de ampliación como el contar con nuevas sucursales, productos y mercados, en menor medida se refieren a la acción de ampliar la empresa, exportar o fusionarse (Ver gráfico 1). Es importante mencionar que las empresarias pueden alcanzar el éxito cuando logran el equilibrio entre sus responsabilidades familiares y empresariales (Chaves et al., 2013).

En cuanto al uso de tecnologías, más del 50% de las empresarias hacen uso del correo electrónico y paquetería office, alrededor del 50% aprovechan las redes sociales, sólo el 40% cuentan con bases de datos, por consiguiente, apenas el 38% se apoyan

en sistemas de control de inventarios, mientras que la tercera parte usan paquetes contables; con respecto al uso de páginas web sólo un 27% lo tiene y los sistemas integrados de información (ERP) únicamente 16% lo ha implementado (Ver tabla 3).

Como puede verse, la mayor parte de las herramientas tecnológicas no son utilizadas mayoritariamente por las empresarias, esto coincide con los hallazgos de Bonder (2003), que señala que la mujer tiene cierta aversión por el uso de la tecnología, por lo que no son propensas al uso de tecnología en sus procesos empresariales (García et al., 2012). El bajo uso de tecnología se convierte en un obstáculo para la competitividad (Espino, 2005).

La empresaria impulsa su empresa basándose en sus propios ahorros principalmente y con el apoyo de familiares. Esto es coincidente con lo señalado por EMAKUNDE (2013) acerca de que las mujeres ajustan sus inversiones a sus recursos propios y también refiere que esta es una de las principales razones por lo que las empresarias

Tabla 3. Uso de tecnologías de información y comunicación.

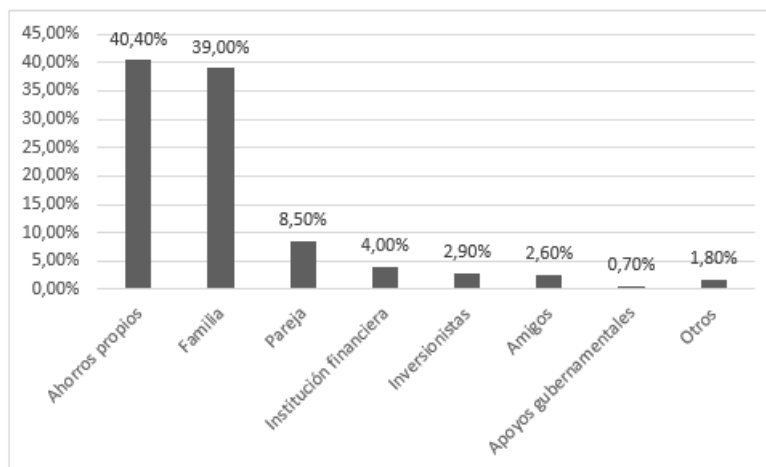
Fuente: elaboración propia

Utiliza las siguientes tecnologías:	Sí		No	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	157	57,70%	115	42,30%
Paquetería Office	140	51,50%	132	48,50%
Redes sociales	133	48,90%	139	51,10%
Bases de datos	110	40,40%	162	59,60%
Sistemas electrónicos de control (de inventarios-ventas)	105	38,60%	167	61,40%
Paquetes contables	80	29,40%	192	70,60%
Página web	76	27,90%	196	72,10%
Sistemas integrados de información (ERP)	46	16,90%	226	83,10%

Nota: Las empresarias tuvieron la posibilidad de marcar más de una respuesta.

Gráfico 2. Origen del capital de la empresa.

Fuente: elaboración propia



tienen empresas de menor dimensión que los empresarios (Ver gráfico 2).

Las empresarias en su mayoría (67.3%) aportan constantemente capital a su negocio, lo que indica que se encuentran interesadas en que su negocio crezca y permanezca en el largo plazo. Este hallazgo se contrapone con los que señala el Instituto de la Mujer (2011), de que las mujeres no buscan el crecimiento de sus empresas.

La reinversión en la propia empresa y la adquisición de equipo y mobiliario para la operación son los principales usos que la empresaria le da a los aportes para aumento del capital, esto corrobora el interés por hacer que su empresa permanezca en el largo plazo (Ver gráfico 3).

Más de la mitad de las empresarias (51.8%) se encuentran conformes con el capital con el que cuentan, esto implica su conformidad con el tamaño de su operación, siendo coincidente con lo que menciona Equal (2010) acerca de que la mujer pone un “techo de cemento” al limitar sus aspiraciones de crecimiento en la búsqueda de un equilibrio entre las responsabilidades familiares y empresariales.

Sin embargo, también, más de la mitad de las empresarias (52.9%), consideran que sus ingresos son insuficientes. Esta limitación de ingresos estaría dada por la dimensión, como lo señala Afza (2011); otra de las razones se debería, como lo señala el Instituto de la Mujer (2011), a la hipótesis de los

Gráfico 3. Uso del capital aportado.

Fuente: elaboración propia

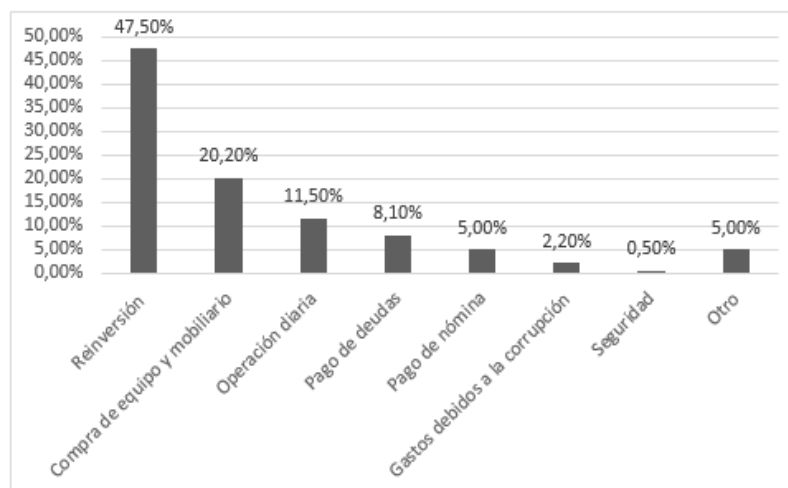
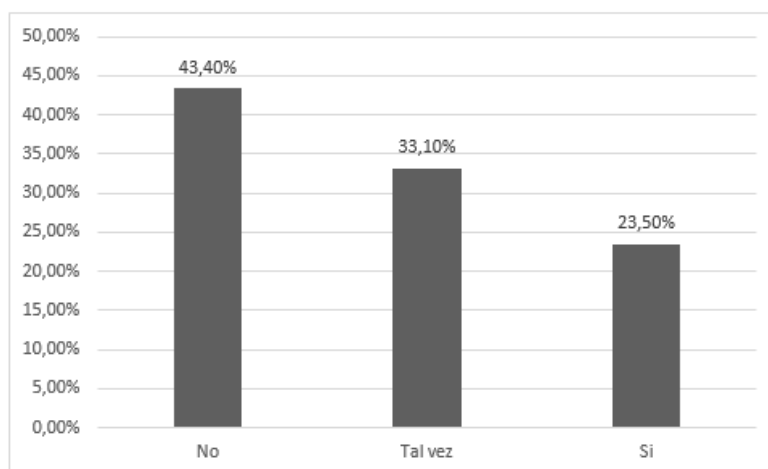


Gráfico 4. Riesgo del negocio por los ingresos actuales.

Fuente: elaboración propia



“recursos comprometidos”, que señala que los empresarios cuentan con recursos que les llevan a generar mayores ingresos (es decir que al invertir más deben generar más rentabilidad).

Por otra parte, la mayoría de las empresarias señalan que los ingresos actuales no ponen en riesgo su negocio, mientras que una tercera parte piensa que tal vez podrían estar en riesgo y una cuarta parte señala que sí, que los ingresos actuales ponen en riesgo su negocio al ser insuficientes para solventar la operación (Ver gráfico 4). Esta percepción tendría que ver con lo que señala el Instituto de la Mujer (2011) de que las empresarias son menos ambiciosas de sus ingresos que los empresarios.

En la tabla 4, se presenta el resultado de la percepción de los factores que más afectan a la empresa, en una escala del 1 al 8. Se encuentra en

primer lugar la inflación, lo que estaría indicando que el entorno económico es un referente importante para la estabilidad de la empresa; este hallazgo es coincidente con lo referido por BIRF (2010), de que las mujeres perciben como un peligro la inestabilidad económica. En segundo lugar se encuentra la falta de ingresos, lo cual se puede traducir en que estas empresas necesitan impulsar sus ventas ante la gran competencia que enfrentan. El tercer obstáculo que señalan las empresarias es la corrupción, lamentablemente este es un mal endémico en el país que ha permeado todos los estratos y que afectan principalmente a las empresas pequeñas dirigidas por mujeres como lo señala BIRF (2010). El cuarto factor que refieren es la inseguridad, lo cual es preocupante tratándose de empresarias, pues resultan ser más vulnerables a este entorno social, donde pueden ser privadas de

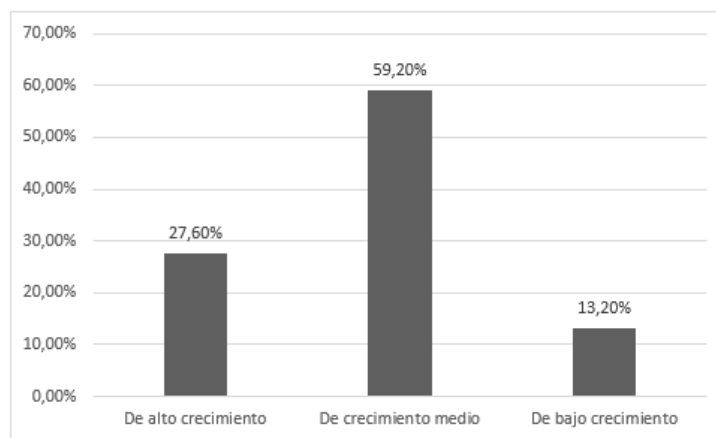
Tabla 4. Factores que afectan a la empresa.

Fuente: elaboración propia

	(Porcentaje)							
	Lugar 1	Lugar 2	Lugar 3	Lugar 4	Lugar 5	Lugar 6	Lugar 7	Lugar 8
La inflación	31,3	19,1	12,5	11	7,4	4,4	5,5	8,8
Falta de ingresos	26,5	11,8	11,8	12,1	8,1	7,4	7,7	13,6
La corrupción	13,2	16,2	10,3	10,3	11,8	9,9	16,9	10,3
Inseguridad	10,7	16,5	17,3	11,8	12,9	14	9,6	8,1
El tipo de cambio	5,9	11,4	11,4	9,9	14,3	13,6	15,8	16,9
Inspecciones	4,8	7,4	10,3	12,5	11,4	19,5	15,4	18,4
Las regulaciones	4,4	10,3	14	18,4	21	13,6	11,4	8,5
Tasas de interés	3,3	7,4	12,5	14	13,2	17,6	17,6	15,4
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 5. Crecimiento del sector donde opera la empresa.

Fuente: elaboración propia



su patrimonio y de su libertad, tal como lo señalan los estudios realizados por BIRF (2010).

Más del 70% de las empresarias perciben el sector en el que operan como de crecimiento medio y bajo, lo cual es coincidente con los estudios de Espino (2005) y Ernst & Young (2009) quienes señalan que las empresas dirigidas por mujeres se encuentran concentradas en sectores poco diversificados y de baja productividad (Ver gráfico 5).

Curiosamente y en contra de lo que señala la literatura (Equal, 2010; Instituto de la Mujer, 2011), el 83.5% de las empresarias están considerando el crecimiento empresarial como una opción para ellas.

La autosuficiencia financiera resulta ser

la meta más importante que quiere alcanzar la empresaria, seguida por el sueño de ser líder del mercado y la expansión del negocio (Ver tabla 5), en estos rasgos no difiere la empresaria mexicana en cuanto a las metas que perseguiría un empresario que como señala la literatura se encuentran más orientados a los resultados y al éxito empresarial (Escandón y Arias, 2011; SELA, 2010; Zabludovsky, 2003).

Un hallazgo que se considera importante en esta investigación es que el 87.5% de las encuestadas se considera “empresaria”, es decir, su negocio por pequeño que sea es una empresa y por lo tanto tiene proyecciones a futuro; esto tiene relación directa y significativa con el nivel de estudios de las empresarias, es decir, las que cuentan

Tabla 5. Metas a alcanzar en la empresa.

Fuente: elaboración propia

Metas más importantes para alcanzar dentro de la empresa (Porcentaje)						
	Lugar 1	Lugar 2	Lugar 3	Lugar 4	Lugar 5	Lugar 6
Autosuficiencia financiera	29,8	17,3	15,8	7,7	12,1	8,5
Ser el líder del mercado	21,3	19,5	11,4	12,1	10,3	18
Expandir el negocio	18	21	22,4	13,2	5,9	12,1
Ofrecer empleo digno	9,9	12,1	14	17,3	22,4	16,9
Implementar tecnología	6,6	9,9	10,3	19,5	20,6	23,9
Ninguna	6,6	6,6	6,6	6,6	6,6	6,6
Contratar más personal	4,8	13,6	19,1	22,8	19,9	14
Otra	2,9	0	0,4	0,7	2,2	0
Total	100	100	100	100	100	100

Tabla 6. Nivel de estudios de la empresaria y uso de tecnologías de información y comunicación.

Fuente: elaboración propia

Uso de TI/Nivel de estudios	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Licenciatura	Maestría
Utiliza página web	0,00%	1,50%	6,60%	15,40%	4,40%
Utiliza redes sociales	0,40%	4,00%	13,20%	25,70%	5,50%
Utiliza correo electrónico	0,40%	6,30%	14,70%	30,50%	5,90%
Utiliza paquetes contables	0,40%	4,80%	7,40%	14,70%	2,20%
Utiliza ERP	0,40%	2,60%	3,30%	9,20%	1,50%
Utiliza Bases de datos	0,40%	4,00%	8,80%	22,10%	4,80%
Utiliza sistemas electrónicos de control de Inventarios-Ventas	0,40%	3,70%	10,30%	20,60%	3,70%
Utiliza paquetería Office	0,00%	3,30%	13,20%	28,70%	5,90%

con niveles de estudios más elevados son las que se perciben como empresarias. Considerando la importancia de las capacidades de la empresaria determinado por el nivel de estudios (Escandón y Arias, 2011; Rodríguez, Fuentes y Lázaro, 2011) y el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación para impulsar la competitividad se buscó establecer la relación que existe entre ambos factores para llevar a cabo su gestión, se realizó un análisis de tabulación cruzada (Chi cuadrada con un nivel de confianza de 96% y un error alfa de 5%) considerando las variables nivel de estudios y uso de tecnologías de información y comunicación; se presenta a continuación de manera resumida los resultados de las respuestas positivas únicamente.

Como se puede observar en la tabla 6, los mayores porcentajes de uso de tecnologías de información y comunicación lo obtienen las empresarias con nivel de estudios de licenciatura, lo que estaría demostrando que a mayor nivel educativo, más probabilidades de éxito en el uso de TI por parte de la empresaria, es decir, el nivel de profesionalización en la gestión de su negocio es mayor (OIT, 2017). Y esto, de acuerdo con la literatura previa, incide de manera directa en la competitividad.

Conclusiones

Las limitaciones de las empresarias se dan principalmente por el insuficiente entrenamiento empresarial y por el hecho de que siguen siendo las responsables de la familia, y al tener como prioridad esta última se encuentran satisfechas con el escaso resultado y el tamaño de su empresa, buscando

constantemente el equilibrio entre ambos roles.

Los principales hallazgos de esta investigación lo corroboran. Las empresas dirigidas por mujeres tienden a ser de tamaño micro (0-10 empleados), a concentrarse en los sectores servicios y comercio y a no contar en su mayoría con personalidad jurídica.

Las empresarias son capaces de identificar oportunidades de negocios; sin embargo, una gran parte de ellas no utilizan herramientas tecnológicas limitando su desarrollo; la mayoría impulsa su empresa con ahorros propios y apoyo de familiares por lo que su capital resulta limitado y reinvierten las utilidades en la propia empresa principalmente en equipos y mobiliario con el objetivo de mantenerla.

Por otra parte, más de la mitad de las empresarias consideran que sus ingresos son insuficientes, pero a pesar de ello señalan que no está en riesgo su negocio, son conscientes de que a sus empresas les afecta la inestabilidad económica y, sin embargo, se infiere que no toman ninguna medida para contrarrestarlo.

Así también, la mayoría de las empresarias reconocen estar operando en un sector de crecimiento medio o bajo, señalando como meta importante la autosuficiencia financiera.

Estos hallazgos son señalados en la literatura previa como los principales factores que afectan la competitividad de las empresas dirigidas por mujeres.

Se encontró que existe una relación significativa entre el uso de TI y las capacidades de la empresaria como tal, por ello, resulta indispensable que ésta alcance mayores niveles educativos, o supla esta carencia con cursos de capacitación especializados en estos temas.

Es necesario entonces que las políticas de apoyo a las MIPYME consideren especialmente el enfoque de género y reconozcan las desventajas en las que se encuentran las mujeres al momento de emprender un negocio.

Referencias bibliográficas

- Abrego, D., Medina, J. y Sánchez, Y. (2016). La calidad de los Sistemas de Información en la eficiencia de las Pyme. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 10(2), 27-41.
- Afza, N. (2011). The effect of owner's gender and age to firm performance: A review on Malaysian public listed family businesses. *Journal of global business and economics*, 2 (1), 1-13. http://www.globalresearch.com.my/journal/business_v02n01/business_v02n01.htm
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30 (5), 595–621. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x
- Bayraktar E., Demirbag, M., Lenny, K., Tatoglu, E. y Zaim, H. (2009). A causal analysis of the impact of information systems and supply chain management practices on operational performance: Evidence from manufacturing SMEs in Turkey. *Int. J. Production Economics*, 122, 133–149. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2009.05.011>
- BIRF (2010). *Mujeres empresarias barreras y oportunidades en el Sector Privado formal en América Latina y el Caribe*. Washington: El autor, Banco Mundial. http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf
- Bonder, G. (2003). *Construyendo el protagonismo de las mujeres en la sociedad del conocimiento: Estrategias educativas y de formación de redes*. Jornada Avanzando en la calidad empresarial: Igualdad y Tecnología, Bilbao, 21 de octubre.
- Chaves, M., Valenciano, A., Vega, G. y Ortiz, G. (2013). Mejorando la competitividad de las microempresas en la región brunca de Costa Rica. *Revista Ciencias Sociales*, 1 (139), 137-149. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/11359/10713>
- Colomina, E. (1998). *Adopción de Sistemas de Información en las PYME. Teoría y Evidencia Empírica*. Disertación doctoral, Universidad de Alicante, España.
- Díaz García, M. C. y Jiménez Moreno, J.J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto género. *Cuadernos de economía y Dirección de la empresa*, 42, 154-76. [https://doi.org/10.1016/S1138-5758\(10\)70006-2](https://doi.org/10.1016/S1138-5758(10)70006-2)
- EMAKUNDE (2013). *La evaluación de impacto en función del género en el ámbito del emprendimiento y las pymes*. España: Emakunde, Instituto Vasco de la Mujer. http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/ipp_adm_general/es_emakunde/adjuntos/materiales.sectoriales.emprendimiento.y.pymes.cas.pdf
- Equal (2010). *Guía para la incorporación de políticas de igualdad de género en las PYMES*. España: Unión Europea. http://www.surt.org/acciones/guia_delta_igualdad_pimes.pdf
- Ernst & Young (2009). *The Groundbreakers series: driving business through diversity*. USA: EGYM Limited.
- Escandón, D. M. y Arias, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuadernos de administración*, Bogotá, 24 (42), 165-181. revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/download/1769/1111
- Espino, A. (2005). *Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género*. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5798-un-marco-analisis-fomento-politicas-desarrollo-productivo-enfoque-genero>
- Fairlie, R. y Robb, A. (2008). Gender Differences in

- Business Performance: Evidence from the Characteristics of Business Owners Survey. *US Census Bureau Center for Economic Studies*, Paper No CES-WP-08-39.
- Fischer, E., Reuber, R. y Dyke, L. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8 (2), 151–168. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90017-Y](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90017-Y)
- García, M., García Pérez, D. y Madrid Guijarro, A. (2012). Caracterización del comportamiento de las Pymes según el género del gerente: un estudio empírico. *Cuadernos de Administración*, 28 (47), 37-52. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225025086004>
- Gottschalk, S. y Niefert, M. (2010). Gender differences in business success of German Start up Firms. *ZEW, Centre for European Economic research*. Discussion paper N° 11-019. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1795228>
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL, División de asuntos de género. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5818-mujeres-emprendedoras-america-latina-caribe-realidades-obstaculos-desafios>
- Hernández, H. (2010). Nuevas tendencias en el mundo empresarial: La participación de las mujeres. *La Ventana*, (32), 52-79. www.redalyc.org/articulo.oa?id=88420963004
- Hsu, C., Kuo, L. y Chang, B. (2013). Gender difference in profit Performance evidence from the owners of small public accounting practices. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 5 (1), 140-159. DOI: <https://doi.org/10.5296/ajfa.v5i1.3174>
- Inmujeres (2009). *Empresas de mujeres= Empresas exitosas*. México: Instituto Nacional de las Mujeres. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100988.pdf
- Inmyxai, S. y Takahashi, Y. (2010). Performance contrast and its determinants between male and female headed firms in Lao MSMEs. *International Journal of business and management*, 5 (4), 37-52. doi=10.1.1.688.6121&rep=rep1&type=pdf
- Instituto de la Mujer (2011). *Los recursos y resultados empresariales: Una perspectiva de Género*. España: Universidad de Castilla la Mancha. <http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/serieEstudios/docs/recursosResultadosEmpresariales.pdf>
- Izquierdo, B. y Schuster, J. (2008). Construcción de indicadores para la competitividad. Caso de empresas dirigidas por mujeres en la región de Xalapa, Ver., México. *Investigación Administrativa*. Julio-Diciembre, 82-102. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456045208006>
- Kalnins, A., y Williams, M. (2014). When do female-owned businesses out-survive male-owned businesses? A disaggregated approach by industry and geography. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 822-835. doi:10.1016/j.jbusvent.2013.12.001
- Lim, J., Richardson, V. y Roberts, T. (2004). *Information Technology Investment and Firm Performance: A Meta-Analysis*. Ponencia presentada en 37th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Mahmood, A. y Mann, G. (2005). Information Technology Investments and Organizational Productivity and Performance: An Empirical Investigation. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 15(3), 185-202.
- Moreno, L. (2012). *El alcance de las Tecnologías de Información con relación a la productividad en las Pequeñas y Medianas Empresas (PyME) del sector servicios que se ubican en Xalapa, Veracruz, en el periodo 2010-2011*. Disertación de maestría en Ciencias Administrativas, IIESCA, Universidad Veracruzana.
- Neil, M. y Lawrence, R. (2001). Do we have an Economy? *The American Economic Review*, 91(2), 308-312. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.91.2.308>

- OIT (2017). *La mujer en la gestión empresarial. Cobrando impulso en América Latina y el Caribe*. Ginebra: Oficina internacional del trabajo.
- Powers, J. y Magnoni, B. (2010). *Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C.: Fondo Multilateral de Inversiones, BID.
- Ribeiro, M. (2004). Relaciones de género: equilibrio entre las responsabilidades familiares y profesionales. *Papeles de Población*, 10(39), 219-234.
- Rodríguez, P., Fuentes, M. y Lázaro, A. (2011). Estrategia de construcción de una ventaja competitiva en las empresas de mujeres. *Ide@s CONCYTEG*, 6 (78), 1456-1470.
- Saavedra, M. y Camarena, M. (2015). Diferencias en la competitividad de las empresas según el género del director. *Newman Business Review*, 1 (2)70-86. DOI: <http://dx.doi.org/10.22451/3002.nbr2015.vol1.2>
- Sallé, M. (2014). *Estudio Regional. Igualdad de género en PYMES y Cooperativas*. España: PNUD, Gobierno de España.
- SELA (2010). *Desarrollando mujeres empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES*. Caracas, Venezuela: Secretaría Permanente del SELA. http://iberpyme.sela.org/aDocs/Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYMES.pdf
- Solano, O.; García Pérez de Lema, D. y Bernal, J. (2014). Influencia de la implementación del sistema de información sobre el rendimiento en pequeñas y medianas empresas: un estudio empírico en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 31(52) 31-43.
- Valenzuela, M. E. (Ed.) (2005). *¿Nuevo Sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latina en el umbral del siglo XXI*. Santiago de Chile: CEM.
- Zabludovsky, G. (2003). Las empresarias, sus familias y sus sociedades. *Comercio exterior*, 2 (LXII) 18-24.
- Zolín, R., Stuetzer, M. y Watson, J. (2013). Challenging the female underperformance hypothesis. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), 116-129, <https://doi.org/10.1108/17566261311328819>