

Artículo 6. Análisis comparativo de la efectividad y la satisfacción en las mypes de Victoria Tamaulipas por género del directivo.

Comparative analysis of the effectiveness and satisfaction in the mypes of Victoria Tamaulipas by gender of the manager.

Cruz Delgado, Daniela; Herrera Ledesma, Pedro Alberto; García Martínez, Julio César; Torres Ramírez, Estela.

Universidad Politécnica de Victoria.

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar, de forma comparativa, las características de las mypes de Victoria, Tamaulipas por género del propietario, destacándose la efectividad en resultados organizacionales y satisfacción. Los resultados indican que 51.1% de los encuestados son varones, 48.5% son mujeres, 63.7% son casados y 68.2% de las mypes han superado los 3 años de vida activa. La mitad de los encuestados le dedican entre 56 y 72 h a la semana a la empresa. No se encontraron diferencias significativas en los resultados organizacionales ni en la satisfacción del directivo de las mypes por género.

Palabras clave

Emprendimiento, calidad de vida, utilidades

Abstract

The objective of this study was to analyze, comparatively, the characteristics of the mypes of

Victoria, Tamaulipas by gender of the owner, highlighting the effectiveness in organizational results and satisfaction. The results indicate that 51.1% of respondents are male, 48.5% are women, 63.7% are married and 68.2% of mypes have exceeded 3 years of active life. Half of the respondents dedicate between 56 and 72 hours a week to the company. No significant differences were found in organizational outcomes or in the manager's satisfaction of mypes by gender.

Keywords

Entrepreneurship, quality of life, utilities

Introducción

Las micro y pequeñas empresas (mypes) en México juegan un papel muy importante en la economía por su aportación al empleo y al Producto Interno Bruto. Las diferencias existentes en la gestión de las empresas entre hombres y mujeres han sido objeto de estudio desde hace varias décadas, tales estudios se han abordado desde diferentes perspectivas.

Las diferencias en la gestión empresarial por género tienen su origen en la discriminación y estereotipos sociales que históricamente han relegado a la mujer a un papel de menor participación en sociedad, incluyendo el ámbito empresarial.

En la literatura se identifican diversos estudios que analizan la satisfacción laboral y su relación con el desempeño, la productividad y la efectividad, entre otros resultados organizacionales, sin embargo, no se identifican estudios que aborden la satisfacción de los directivos (dueños) de las micro y pequeñas empresas con los resultados de su negocio (efectividad), por lo que el objetivo de este estudio fue analizar, de forma comparativa, las características de las micro y pequeñas empresas de Victoria, Tamaulipas por género del

propietario, destacándose la efectividad en los resultados organizacionales y la satisfacción, con el propósito de identificar áreas de oportunidad que sirvan de base para el impulso al emprendimiento.

Revisión de la Literatura

Muchas mujeres eligen la microempresa debido a la desigualdad de género en el mercado laboral asalariado, por el contrario, las microempresas suelen ofrecerles flexibilidad de tiempo y mejoras económicas vinculadas a las oportunidades de negocios (Dumas, 1999). La participación de las mujeres en la actividad económica se considera uno de los indicadores más importantes para evaluar el estado del empoderamiento de las mujeres. A nivel global se espera que cada día la participación de mujeres como empresarias sea una tendencia en aumento (Kalam y Al Amin, 2016).

Lamentablemente las empresarias de pequeñas empresas enfrentan barreras que los empresarios masculinos no deben asumir. Estas barreras difieren según la edad, la cultura, la región geográfica, la educación, el estado civil y el origen étnico (Naidu y Chand, 2015). La investigación realizada por Naidu y Chand (2015) demostró que las empresarias de pequeñas empresas al tratar de alcanzar el éxito comercial deben enfrentar dificultades con: la desigualdad de género, las barreras derivadas de esta desigualdad, y con la cultura nacional del país; el estudio se realizó con 160 mujeres empresarias en la República de Fiyi.

Las mujeres y los hombres empresarios generalmente difieren en la forma en que financian sus negocios (Verhuel y Thurik, 2001; Carter y Rosa, 1998). el problema es más evidente durante la etapa inicial del negocio, por ejemplo, Verhuel y Thurik (2001) encontraron

que las mujeres propietarias de PYMEs suelen tener una cantidad menor de capital inicial. Además, sus PYMEs inician con menos de la mitad del monto del capital utilizado por los hombres y suelen enfrentar más problemas de credibilidad cuando tratan con banqueros (Bădulescu, 2011). Paralelamente, Mijid (2009) encontró tasas de rechazo de préstamos más altas entre las empresarias.

Coleman (2007) también encontró evidencia de discriminación en los créditos solicitados por las empresarias, ya que con mayor frecuencia se les cobró tasas de interés más altas y se les pidió que prometieran garantías adicionales para que los préstamos se otorgaran. Las explicaciones que se dan en la literatura sobre las diferencias entre hombres y mujeres empresarias con respecto al acceso a las finanzas se pueden clasificar en: discriminación, habilidades y preferencias, y competencia (Abdulsaleh y Worthington, 2013; Harrison y Mason, 2007).

El acceso al financiamiento es particularmente crucial para cumplir con los requisitos y estándares de las empresas globales, para iniciar procesos de mejoramiento y para posicionarse para aprovechar nuevas oportunidades en los sectores de exportación (Papyrakis, Covarrubias, y Verschoor, 2009). Debido al acceso desigual a los recursos económicos la comercialización y mecanización de los sectores de exportación, a menudo se traduce en la "masculinización" de estos sectores. Por ejemplo, cuando los cultivos tradicionalmente intensivos para mujeres se comercializan, los hombres pueden entrar y hacerse cargo del sector porque tienen un acceso al crédito relativamente más fácil, como sucedió con el cacahuate en Zambia y el arroz en Gambia (Fontana, 2009).

Diversas investigaciones han analizado la relación entre los microempresarios y redes

sociales a las que pertenecen y han detectado desigualdades entre los hombres y las mujeres. Aunque algunos estudios informan que las redes de mujeres son en gran medida similares a las redes de hombres en términos de tamaño, densidad y actividades (Cromie y Birley, 1992; Loscocco et al., 2009), las redes de mujeres contienen menos recursos económicos viables. Por ejemplo, estas investigaciones prueban que los hombres tienen más probabilidades de estar afiliados a asociaciones centrales que tienen más información y recursos, como las instituciones económicas (Beggs y Hurlbert, 1997; Davidsson y Honig, 2003).

En contraste, las mujeres tienden a ubicarse en organizaciones más pequeñas y más periféricas, que están asociadas con asuntos domésticos y comunitarios. Por lo tanto, sus redes no ofrecen tantos beneficios económicos (Lin, 2000). Las redes de las microempresarias están asociadas con la desigualdad estructural lo que ocasiona la desigualdad de género en términos de distribución de recursos en las redes sociales (Kim, 2014).

Metodología

La realización de este estudio se abordó bajo el enfoque cuantitativo con alcance correlacional. Se aplicó una encuesta a través de la cual se administró el cuestionario de Posada, Aguilar y Peña (2018) como instrumento de obtención de información a una muestra no probabilística de 460 directivos de micro y pequeñas empresas de Victoria, Tamaulipas en México. El alfa de Cronbach fue de 0.821.

Victoria es un municipio ubicado en la zona centro del estado de Tamaulipas, ubicado en el noreste de México, tiene 346 mil habitantes (INEGI, 2019), en relación al estado, el “octavo lugar ocupa Tamaulipas en el país con 9.1 años

cursados en promedio (población de 15 años y más), que significa secundaria completa” (INEGI, 2013; pp. 14). En 2012, 1.5 millones de personas de 14 años y más en Tamaulipas eran económicamente activas y 57 de cada 100 estaban ocupadas, 65% de las cuales trabajaba en el comercio y los servicios; 27%, en la industria; 6%, en el sector agropecuario, de silvicultura o minería; y 2% no lo especificó (INEGI, 2013).

Las variables de estudio fueron el género del directivo, la satisfacción y efectividad en los resultados organizacionales, entendidos éstos como las ventas anuales, las utilidades, el número de empleados, los ingresos del negocio y el nivel de vida.

Las hipótesis que se plantearon en esta investigación fueron:

H1: Existen diferencias por género en la efectividad de las mypes de Victoria, Tamaulipas.

H2: Existen diferencias por género en la satisfacción del directivo de las mypes de Victoria, Tamaulipas.

H3: Existe relación positiva significativa entre la efectividad de las mypes y la satisfacción del directivo

La información de campo se obtuvo de febrero a marzo de 2018 a través de la encuesta administrada de manera personalizada a los directivos de las mypes. La captura de la información se llevó a cabo durante el mes de marzo del mismo año, posteriormente se procedió al análisis estadístico de la información. La información se analizó con el paquete estadístico SPSS. Se aplicó el análisis de frecuencia y tabulación cruzada para la caracterización de los directivos encuestados. Las hipótesis 1 y 2 se contrastaron a través de la técnica de diferencia de medias a través de la prueba t para muestras independientes. La

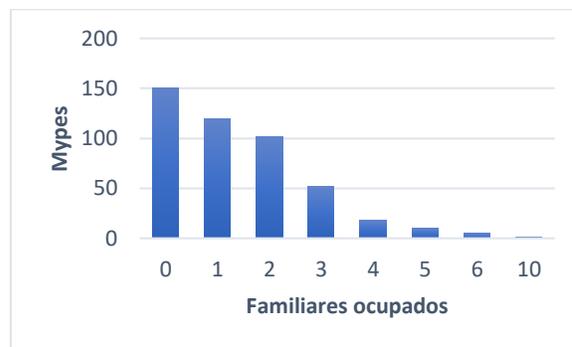
hipótesis 3 se puso a prueba a través del estadístico de correlación de Pearson.

Resultados

Los datos de caracterización de los directivos permitieron obtener como resultado que 51.1% de los encuestados son varones, 48.5% son mujeres, 63.7% son casados y 68.2% de las mypes han superado los 3 años de vida activa, entre los negocios que se encuestaron predominan los dedicados a la venta al menudeo en comercios no especializados (como misceláneas) y venta al menudeo de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados (no restaurantes), con 18.9% y 10.7%, respectivamente. La mitad de los encuestados le dedican entre 56 y 72 h a la semana a la empresa, mayor a las “41 horas a la semana que trabajaban en promedio las personas ocupadas” (INEGI, 2013; pp. 23).

71.1% de las mypes encuestadas están registradas en la Secretaría de Hacienda, más del 20% opera en la informalidad...

En relación a la cantidad de empleados que integran de manera permanente las empresas, 83% tiene menos de cinco empleados y 94.1% cuenta con menos de 10 empleados. El empleo se distribuye de la siguiente manera: 94.5% ocupa a cinco mujeres o menos, mientras que 97.8% ocupa a diez mujeres o menos. 26.1% ocupa a un familiar, 22.3% a dos familiares y 11.3% a familiares, en conjunto, en 59.8% de las mypes entre uno y tres empleados son familiares del directivo (Gráfica 1).



Gráfica 1. Familiares ocupados en las mypes de Victoria, Tamaulipas.
Fuente: Elaboración propia

Con relación a lo anterior, se identificaron diferencias en el número de mujeres que trabajan en la mype y en la cantidad de empleados que son familiares de los directivos, por género, en ambos casos es mayor en las mypes dirigidas por mujeres (Tabla 1). Este resultado aporta evidencia en favor de la menor credibilidad que se percibe sobre las empresas de personal femenino o del apoyo que la mujer busca en la familia para poder llevar a cabo las diversas actividades diarias.

		Género	N	Media	Desviación típi.	Error típi. de la media
Cuántas personas trabajan permanentemente	personas	Hombre	235	4.79	6.989	.456
		Mujer	223	4.45	6.697	.448
Cuántas mujeres trabajan	mujeres	Hombre	235	1.63	2.439	.159
		Mujer	222	2.95	6.095	.409
Cuántos familiares tuyos trabajan	familiares	Hombre	235	1.26	1.448	.094
		Mujer	222	1.56	1.363	.091
Cuántas personas usan computadora para su trabajo en tu empresa	personas	Hombre	234	1.96	2.872	.188
		Mujer	221	1.52	3.456	.232
Cuántos empleados usan teléfono celular o línea telefónica para su trabajo	empleados	Hombre	234	2.86	3.574	.234
		Mujer	222	2.68	4.040	.271

Tabla 1. Medias y diferencias de diversas características de las mypes de Victoria, Tamaulipas
Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la persona que fundó la empresa, 64.1% de los encuestados indicaron ser ellos quienes fundaron el negocio, de este porcentaje, 157 fundadores fueron hombres y 137 mujeres, mientras en 41 empresas el fundador fue otra persona de la familia y ahora quién la dirige es el encuestado siendo del género masculino,

mientras que los encuestados del género femenino que se encuentran en esta situación son 45, lo permite inferir que son más varones quienes emprenden directamente el negocio y las mujeres tienden a recibir o heredar negocios ya en funcionamiento en mayor proporción. En 18.7% de las mypes fueron los padres, hermanos, hijos o cónyuges quienes la iniciaron. Lo anterior reafirma el hecho de que las mypes de Victoria son empresas familiares.

La mayoría de las empresas ocupan un local, 83.9%, 7.4% ocupan dos locales. Los negocios familiares tienden a ser pequeños, con menos de cinco empleados, considerándose entre ellos el directivo. La necesidad de un solo local deriva también del hecho de destacar entre los encuestados negocios comerciales o de servicios como las misceláneas o abarrotes, las cuales la mayoría de las veces se ubican incluso en el domicilio familiar o parte de él.

Históricamente el papel de la mujer en diversos ámbitos estuvo relegado e incluso prohibido, por lo que se esperaba encontrar diferencias en sus resultados organizacionales y satisfacción con la empresa respecto de los varones. Sin embargo, No se encontraron diferencias significativas en los resultados organizacionales ni en la satisfacción del directivo de las mypes por género, tampoco en las horas a la semana que le dedican a la empresa (alrededor de 54 hrs) y las horas a la semana que trabajan en otra empresa (menos de 18 hrs). No obstante, se encontraron diferencias significativas en las horas a la semana dedicadas a labores del hogar, siendo las mujeres quienes dedican mayor tiempo a estas labores (entre 18 y 36 hrs, mientras que los hombres dedican menos de 18).

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Cuántas horas a la semana le dedicas a tu empresa	Hombre	234	3.37	1.506	.098
	Mujer	220	3.11	1.420	.096
Cuántas horas a la semana trabajas en otra empresa	Hombre	231	.68	1.374	.090
	Mujer	219	.45	1.045	.071
Cuántas horas a la semana dedicas a labores del hogar	Hombre	234	.98	1.106	.072
	Mujer	222	1.73	1.337	.090
Satisfacción	Hombre	233	5.5901	.95215	.06238
	Mujer	223	5.7227	.81341	.05447

Tabla 2
Fuente: Elaboración propia.

No existen diferencias significativas en los resultados organizacionales por género del directivo

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Las ventas anuales	Hombre	228	3.43	1.130	.075
	Mujer	220	3.43	1.060	.071
Las utilidades anuales	Hombre	226	3.25	1.121	.075
	Mujer	220	3.27	.991	.067
El número de empleados	Hombre	228	2.99	.824	.055
	Mujer	217	3.00	.710	.048
Ingresos personales del negocio	Hombre	230	3.30	1.074	.071
	Mujer	217	3.30	1.017	.069
Nivel de vida que disfruto con mi familia	Hombre	229	3.29	1.095	.072
	Mujer	216	3.40	1.038	.071

Tabla 3
Fuente: Elaboración propia.

La satisfacción del directivo es vista por (autores) como una resultante de la efectividad del directivo en la mype. El análisis de correlación de Pearson entre la satisfacción y la efectividad en los resultados organizacionales arrojó un valor de 0.206, siendo significativa al 99% ($p < 0.01$).

Discusión

Los resultados encontrados coinciden con los de algunos autores como Lin (2000) que encontró que las actividades empresariales de las mujeres están asociadas con situaciones domésticas, en este caso, son quienes dedican más horas a las actividades del hogar. Por otra parte, coinciden con los encontrado por Cromie y Birley (1992) y Loscocco et al. (2009) en el mismo sentido ya que las actividades que realizan se perciben como menos relevantes o importantes y

enfocadas sólo a acciones menores o empresas de menor tamaño o giros no tan importantes.

Conclusiones

Es importante destacar la participación de la mujer en el ámbito empresarial, en la época actual en la que se tiene como objetivo en la agenda nacional la creación de empresas o el emprendimiento, la mujer es un actor clave en este sentido dado que quienes no encuentran un empleo formal que les permita congeniar su actividad laboral con el cuidado de los hijos o del hogar tienden a emprender.

Con este análisis se lograron los objetivos planteados y se contrastaron las hipótesis predefinidas con evidencia empírica, lo que permite una contribución importante a la literatura en relación al tema de género y empresa, especialmente las micro y pequeñas. Se deducen nuevas líneas de investigación tales como la influencia del género en la percepción del nivel de vida de los directivos y la relación de la satisfacción con diversas variables relacionadas con los resultados del sistema organizacional.

Referencias

- Abdulsaleh, A., & Worthington, A. (2013). Small and medium-sized enterprises financing: A review of literature. *International Journal of Business and Management*, 36-54.
- Bădulescu, A. (2011). Start-up financing sources: Does gender matter? Some evidence for EU and Romania. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 644-649.
- Beggs, J. J., & Hurlbert, J. S. (1997). The social context of men's and women's job search ties: Membership in voluntary

organizations, social resources, and job search outcomes. *Sociological Perspectives*, 40(4), 601-622.

- Carter, S., & Rosa, P. (1998). The financing of male-and female-owned businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), 225-242.
- Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303-319.
- Cromie, S., & Birley, S. (1992). Networking by female business owners in Northern Ireland. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 237-251.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- Dumas, C. (1999). Training for microenterprise creation: The case of the Center for Women and Enterprise. *International Journal of Economic Development*, 1(2), 201-220.
- Fontana, M. (2009). The Gender Effects of Trade Liberalization in Developing Countries: A Review of the Literature. In M. Bussolo, & R. De Hoyos, *Gender Aspects of the Trade and Poverty Nexus: A Macro-Micro Approach* (pp. 25-50).
- Harrison, R., & Mason, C. (1992). International perspectives on the supply of informal venture capital. *Journal of Business Venturing*, 7(6), 459-475.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). 2013. Conociendo Tamaulipas. Disponible en http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenido

- s/espanol/bvinegi/productos/estudios/convociendo/TAMAULIPAS.pdf. Consultada el 16 de mayo de 2019.
- Kalam, I., & Al Amin, M. (2016). Trends of women's participation in economic activity of Bangladesh: Status and disparity. *European Scientific Journal, ESJ*, 12(35), 50-58.
- Kim, S.-M. (2014). The Impact of Gender and Social Networks on Microenterprise Business Performance. *The Journal of Sociology & Social Welfare*, 41(3), 49-69.
- Lin, N. (2000). Inequality in social capital. *Contemporary Sociology*, 29(6), 785-795.
- Loscocco, K., Monnat, S., Moore, G., & Lauber, K. (2009). Enterprising Women: A Comparison of Women's and Men's Small Business Networks. *Gender & Society*, 23(3), 388-411.
- Mijid, N. (2009). Gender, race, and credit rationing of small businesses: Empirical evidence from the 2003 Survey of Small Business Finances. Fort Collins: Colorado State University.
- Naidu, S., & Chand, A. (2015). National Culture, Gender Inequality and Women's Success in Micro, Small and Medium Enterprises. *Social Indicators Research*, 130(2), 647-664.
- Papyrakis, E., Covarrubias, A., & Verschoor, A. (2009). Gender and Trade: A Review of Theory and Evidence. UK: Working Paper 17, DEV Working Paper Series, The School of International Development, University of East Anglia.
- Posada, R., Aguilar, O., & Peña, N. (2018). Potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico. In *Potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico* (Primera, p. 607). Ciudad de México: Editorial Fontamara. Retrieved from https://drive.google.com/file/d/1DY6bXpStPts7_WYeIRcyJUyVnqvHzK7e/view
- Verheul, I., & Thurik, R. (2001). Start-up capital: does gender matter? *Small business economics*, 16(4), 329-346.