

Competencias gerenciales de las empresarias en las mypes

Managerial competencies of entrepreneurial women in MSEs.

Miguel Antonio Mascarúa Alcazar ¹
Angelica Belén Ruíz Contreras ²
Cristina Rodríguez Suárez³

Recibido: 11/11/2022

Aceptado: 16/01/2023

Revista RELAYN. Micro y Pequeña empresa en
Latinoamérica

Disponible en:

<https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.2.994>

Resumen

El objetivo del presente estudio es hacer un análisis sobre las competencias gerenciales de las mujeres empresarias en la ciudad de Tehuacán, Puebla. En un inicio, los datos estadísticos (254 que participaron en una encuesta) señalan que las mujeres empresarias tienen limitadas cualidades de dirección como competencias gerenciales centrales y mejores competencias de liderazgo. Pero un análisis de correlación de variables muestra que las estrategias de negocio se orientan hacia estrategias competitivas de manera empírica, lo que les ha permitido mantener los negocios y tener la visión de impulso para interactuar con sus trabajadores.

Palabras clave

Competencias gerenciales, mujeres empresarias, Mypes

Abstract

The objective of this study is to perform an analysis of managerial competencies of women entrepreneurs in the city of Tehuacan Puebla. Initially, statistical data (254 who participated in the survey) show that entrepreneurial women have limited managerial qualities as core managerial competencies and better leadership competencies. But an analysis of correlational variables demonstrated that business strategies are oriented towards competitive strategies in an empiric fashion, allowing them to maintain their business and have the vision to impulse and interact with their employees

Keywords

Managerial competencies, women entrepreneurs, MSEs



Introducción

En los dos años de la pandemia en el territorio mexicano y la posterior recuperación de las actividades económicas, se ha observado un repunte en las diferentes regiones del país. Tal es el caso de la ciudad de Tehuacán, Puebla. Este estudio se concentra en el esfuerzo que hacen las mujeres empresarias, dado que históricamente han participado en las actividades de producción y servicios comerciales en la ciudad, como ocurre en otras regiones del país. Las causas probables ya han sido mencionadas por Elizundia (2015), quien ha señalado que las mujeres tienen mejor acceso a la educación y mayor participación de las actividades económicas, lo cual les ha permitido evolucionar hacia nuevas actividades empresariales; un mayor auge del sector servicios. Esto les confiere más posibilidades para entrar a los mercados (entornos económicos complejos), donde las mujeres tienen que aportar al ingreso familiar y una serie de cambios sociales en donde se han convertido en jefas de familia.

El tema ha sido relativamente poco tratado en el ámbito regional, aunque existen ya numerosas investigaciones donde se muestra que la participación de las mujeres en las actividades empresariales, sobre todo para micro y pequeñas empresas, aporta entre 35 y 40% al producto interno bruto (PIB) de 2010 de México y América Latina (Elizundia Cisneros, 2015). Los estudios que han abordado el papel de la mujer empresaria han encontrado que su participación en comparación con la de los hombres se reduce entre mayor número de hijos tiene la pareja, y que del total de mujeres, 72% tienen entre 30 y 45 años de edad, además que 41% han seleccionado su empresa y que su ingreso no es acorde con la labor que desempeñan (Charlo & Nuñez, 2012). En años recientes, se han recolectado datos que demuestran que las mujeres están conquistando espacios directivos (Quintana, 2016); sin embargo, el reconocimiento y el ingreso continúa siendo inferior al de los hombres. Particularmente el liderazgo femenino ha tenido un repunte más importante en países europeos (Zuluaga Goyeneche & Moncayo Orjuela, 2014).

En sus estudios, Mill (1869) mencionó que las mujeres vivían una situación de desigualdad social que se asemejaba a un efecto de esclavitud en la segunda mitad del siglo XIX, y lo que anima a este estudio es que en el caso regional mexicano han ocurrido avances para el reconocimiento de las habilidades directivas de las mujeres, pero existe relativamente poca información sobre el tema. En este trabajo, se exponen las opiniones de 254 mujeres microempresarias que han manifestado sus percepciones sobre sus habilidades directivas. En la actualidad, las mujeres empresarias poseen una clara percepción del liderazgo y de la resolución de problemas.

Revisión de la literatura

En cuanto a competencias gerenciales se toman las enunciadas por Díaz, Núñez y Cáceres (2018), quienes retoman los estudios de Drucker y Gonzales acerca de que la actividad de dirigir una empresa es una actividad so-

cial, guiada por la dirección de organizaciones con el objetivo fundamental de lograr resultados en términos de eficiencia, eficacia y efectividad. Las competencias gerenciales tienen dimensiones que se agrupan en el liderazgo, la comunicación, el trabajo en equipo y el dominio profesional.

De acuerdo con Sadao y Santos (2022), el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para un estudio que se presentó en 2015 estimó que 45% de los emprendedores sociales en América Latina son mujeres; 45% representaron nuevos emprendimientos y 42% estaban establecidos. En múltiples ocasiones, las mujeres participan de los negocios debido a las condiciones de pobreza y bajos ingresos. El ramo de estudios de las mujeres indígenas que buscan a otras mujeres para hacer asociaciones se agrupa en la categoría de negocios incluyentes. Algunos estudios efectuados en Brasil refieren que las mujeres que participan en actividades de emprendimiento poseen escasa escolaridad formal y una edad promedio de 40 años.

Un estudio hecho en Colombia señala que el sector económico que ocupan las mujeres son las actividades comerciales (67%), la actividad predominante es la venta de productos de belleza, almacenes de venta de ropa, supermercados y tiendas de regalos; las siguientes actividades en importancia son las actividades de servicios (22%) que involucran a servicios de belleza y los restaurantes; finalmente el 11% son actividades industriales, que son actividades relacionadas con alimentos, como la panadería y pastelería, así como productos de consumo familiar como botanas. Esto como resultado de una muestra que incluyó la participación de 16 empresarias (Ruíz, Peña, & Prieto, 2020).

Para el caso de México, Cab, Domínguez y Cisneros (2021) reportan que, en 2012, de acuerdo con datos del INEGI, de los 9.19 millones de microempresas, el 52% les pertenecían a mujeres, de las cuales 41% crearon un negocio para complementar los ingresos familiares en ese año.

Asimismo, y de acuerdo con el Inegi, la participación de las mujeres en las actividades que no involucran trabajo doméstico ha pasado de 20.6% en 1970 a 39.5% en 2019. Se estimó que en la última parte de ese año había 22 801 650 mujeres en la población económicamente activa, porcentaje que es más alto en las zonas urbanas. Su participación en el sector de servicios sociales fue de 67.7% y en el sector de hoteles y restaurantes 59.3% (Zabludovsky, 2020). La mayor parte de las mujeres empresarias vive debajo de un techo de cristal que es un límite sociológico para seguir ascendiendo en la pirámide organizacional.

Saavedra (2020) menciona que el tamaño de la empresa tiene relación con la rentabilidad y los ingresos del propietario y la escasez de acceso a los recursos financieros. En un estudio aplicado a 272 empresarias, Saavedra encontró que 49% de las empresas se dedican a los servicios; 39% se dedican al comercio y 12% se dedican a actividades industriales;

92% de las empresas son micronegocios. En términos de oportunidades de negocio, las microempresarias afirmaron tener como objetivo la ampliación del actual (nuevas sucursales, productos y mercados), y el impulso de los negocios se hacen con sus propios ahorros y con el apoyo de familiares.

Blasco-Burriel et al. (2016) encontraron para una muestra de 373 mujeres empresarias en el Perú que los motivos para crear una empresa, relacionados con la satisfacción, fueron la visión de oportunidad de negocio, atracción por el sector, la formación y vinculación profesional con el sector, la experiencia en el sector, el negocio se correspondía con los sentimientos y las buenas oportunidades de negocio.

En relación con las mujeres que habitan en zonas rurales, una ventaja con la que cuentan es que han mantenido sus rasgos, lo que les ha permitido ingresar a mercados como el textil, confeccionando ropa artesanal y, en muchos casos, han iniciado con el apoyo de programas de gobierno que les han posibilitado organizarse y hacer emprendimientos que les ayuda a mantener su identidad y lograr el empoderamiento necesario para comercializar sus productos (Aguilar, Pinzón & Durán, 2018).

Gutiérrez y Montañez (2018) en su artículo refuerza que la mujer satisface sus objetivos personales a partir de ejercer un papel de empatía, generando con ello la aprobación y afiliación. Por su parte, Zuluaga y Moncayo (2014) refieren que las mujeres buscan el beneplácito de sus subordinados por medio de practicar modelos más flexibles. Estas características de género ayudan a que el liderazgo que ejercen sea más incluyente y colaborativo, a diferencia del que ejercen los hombres que suele ser más unilateral (Gutiérrez et al., 2020).

El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2022) indica que la participación de la mujer en puestos gerenciales causa un impulso positivo en el área financiera de las empresas, practica una cultura laboral inclusiva y forja condiciones de empleo equitativas. Estas aseveraciones se refuerzan en el modelo de liderazgo femenino definido por Sala (2010).

Metodología

La oportunidad de las mujeres empresarias en Tehuacán para dirigir una empresa ocurre porque ellas perciben que tienen las capacidades de crearlo o mantenerlo, por lo que la hipótesis del trabajo es: Ho: Las mujeres empresarias conocen sus competencias gerenciales para dirigir una empresa; mientras que la hipótesis alternativa es: H₁: Las mujeres empresarias no conocen sus competencias gerenciales para dirigir una empresa.

Para saber que percepción tienen las micro y pequeñas empresarias en la ciudad de Tehuacán, se hizo un estudio cuantitativo, concluyente, transversal simple en donde se seleccionaron las respuestas de 254, mismas que forman parte de una muestra de mayor tamaño que contó con un 95% de confianza y una probabilidad de 50% de éxito en la muestra, las

encuestas se recolectaron entre los meses de marzo y abril del año 2022 y se contó con el apoyo de 150 alumnos de T.S.U. de desarrollo de negocios de la Universidad Tecnológica de Tehuacán. Se aplicó un cuestionario de 80 preguntas con respuesta de opción múltiple, mismas que midieron la percepción de los encuestados con escalas de Likert a 5 puntos. Pero para este estudio se eligieron cuatro apartados que hacen las preguntas específicas sobre el tema.

Para abordar las capacidades gerenciales de la mujeres empresarias se usaron las preguntas de los apartados sobre dirección, solución de problemas, manejo de conflictos y liderazgo. La parte de dirección contiene seis preguntas clave; la parte de Solución de problemas contiene cuatro preguntas clave, la parte de conflictos cuatro preguntas clave y la sección de liderazgo contiene cinco preguntas clave. Esto es, 19 preguntas que abordan las capacidades gerenciales de las mujeres.

Resultados

El resultado del análisis de fiabilidad arrojó un coeficiente alpha de Cronbach de 0.893, con lo que se puede afirmar que las variables tienen consistencia. Las pruebas de hipótesis para una prueba Kolmogorov-Smirnov, rechazan la hipótesis nula (Véase Tabla1), dado que en todos los casos, el valor obtenido es cero, tal como se observa en la fila inferior de la tabla. Esto significa que la hipótesis de que las mujeres empresarias no conocen sus competencias toma relevancia, según los datos estadísticos.

Tabla 1.

Estudio de las variables a partir de la prueba Kolmogorov-Smirnov

| Pruebas de Kolmogorov-Smirnov para una muestra | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | Media y desv. est. | Chi-cuadrado | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad | Chi-cuadrado con corrección de continuidad |
| Asistencia | 4.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Comunicación | 4.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Liderazgo | 4.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Solución de problemas | 4.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Manejo de conflictos | 4.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Actitud positiva | 4.3268 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Motivación al personal | 4.2996 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Capacidad de liderazgo | 4.2646 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Capacidad de organización | 4.2646 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

Nota: los datos se obtuvieron de las encuestas realizadas para la presente investigación (2022).

Para una primera aproximación, se hizo un análisis de datos descriptivos, con el uso del software SPSS, (Ver tabla 2) en donde se aprecia que la mediana de la capacidad de liderazgo alcanzó la medida más alta, en una escala de 1 (siendo el valor que refleja la percepción en total desacuerdo) a 5 (siendo el valor que refleja la percepción en total acuerdo). Para las capacidades: organización del tiempo en reuniones, actitud positiva y motivación al personal. Ahora, en cuanto a las competencias que obtuvieron un promedio más alto son: actitud positiva (4.3268); motivación al personal (4.2996) ambas de la capacidad de Liderazgo y solución de disputas (4.2646) de la competencia de manejo de conflictos. Por su parte, las competencias que obtuvieron los menores promedios son: estra-

tegia comercial (3.5214); estrategia competitiva (3.6887) y la estrategia de empresa (3.7743) de la capacidad de Dirección.

Tabla 1.2

Medición de las capacidades gerenciales por estadísticas descriptivas en las micro y pequeñas empresarias en Tehuacán.

| Percepción de las capacidades gerenciales de las empresarias | | Media | mediana | Varianza | Error |
|--|--|--------|---------|----------|---------|
| Dirección | Misión | 3.9883 | 4.00000 | 1.558 | 0.07787 |
| | Objetivos | 4.0311 | 4.00000 | 1.546 | 0.07756 |
| | Estrategia comercial | 3.5214 | 4.00000 | 2.008 | 0.08840 |
| | Estrategia de empresa | 3.7743 | 4.00000 | 1.324 | 0.07177 |
| | Estrategia competitiva | 3.6887 | 4.00000 | 1.512 | 0.07670 |
| | Tenencias | 4.1245 | 4.00000 | 1.094 | 0.06524 |
| Solución de problemas | Solución de problemas | 4.0934 | 4.00000 | 1.358 | 0.07270 |
| | Dificultad problemas | 4.2062 | 4.00000 | 1.008 | 0.06263 |
| | Puntos de vista | 4.0000 | 4.00000 | 1.586 | 0.07856 |
| | Reconocimiento a los trabajadores | 4.1089 | 4.00000 | 1.433 | 0.07468 |
| Manejo de conflictos | Manejo de conflictos | 4.0623 | 4.00000 | 1.270 | 0.07028 |
| | Identificar causas de conflictos | 4.2218 | 4.00000 | 0.783 | 0.05518 |
| | Estrategia para solución de conflictos | 4.1868 | 4.00000 | 0.996 | 0.06226 |
| | Solución de disputas | 4.2646 | 4.00000 | 0.906 | 0.05938 |

| | | | | | |
|-----------|--------------------------------------|--------|---------|-------|---------|
| Liderazgo | Organización del tiempo de reuniones | 4.2140 | 5.00000 | 1.403 | 0.07389 |
| | Recursos técnicos | 4.1167 | 4.00000 | 1.455 | 0.07524 |
| | Actitud positiva | 4.3268 | 5.00000 | 0.932 | 0.06021 |
| | Motivación al personal | 4.2996 | 5.00000 | 1.047 | 0.06382 |
| | Visión al corazón | 4.0856 | 4.00000 | 1.586 | 0.07857 |

Nota: Los datos se obtuvieron con base en las encuestas (2022).

Posteriormente se hizo un a prueba de correlaciones parciales (Ver tabla 3) en donde se buscó ahondar más acerca de los resultados de los valores promedio de las respuestas de las empresarias encuestadas. En esta prueba, se encontraron relaciones importantes, tales como que la misión y la visión del negocio se relaciona (0.711) con los objetivos de las empresarias; la actitud positiva con la motivación al personal (0.713); la estrategia de solución de conflictos se relaciona con la solución de disputas (0.670); la estrategia comercial se relaciona (0.649) con la estrategia competitiva del micro negocio; la motivación al personal se relaciona con la capacidad de motivar en el corazón del personal (0.579).

Observando los valores de la estrategia implementada por las propietarias de las micro y pequeñas empresas se observa que la estrategia comercial se relaciona (0,649) con la estrategia competitiva del negocio; la estrategia de la empresa se relaciona igualmente con la estrategia competitiva en (0,379); mientras que la estrategia competitiva del negocio se relaciona (0.356) con la capacidad del negocio para entender las nuevas tendencias.

Con respecto a las capacidades de resolución de problemas, las relaciones más importantes se observan con la capacidad de resolver problemas independientemente de la dificultad (0.545); la resolución sin importar la dificultad del problema se relaciona (0.504) con la solución de conflictos; el respeto a todos los puntos de vista (0.510) con la estrategia de resolución de conflictos y el reconocimiento a los trabajadores (0.420) con la estrategia de resolución de conflictos.

La capacidad de manejo de conflictos, la organización del tiempo de reuniones (0.540) con los recursos técnicos y estos con la capacidad de compartir la visión hasta impactar al corazón de los trabajadores (0.510). Por lo que toca al liderazgo, la motivación al personal (0.579) con la capacidad de motivar al personal hasta el corazón.

Tabla 1.3

Correlación de las respuestas de las capacidades de las micro y pequeñas empresarias en Tehuacán

| Variable | Objetivo | Formación empresarial | Manejo de conflictos | Redes de apoyo | Organización del negocio | Marketing | Financiamiento | Recursos humanos | Logística | Comercialización | Atención al cliente | Seguridad | Legal | Sostenibilidad | Resiliencia |
|--------------------------|----------|-----------------------|----------------------|----------------|--------------------------|-----------|----------------|------------------|-----------|------------------|---------------------|-----------|-------|----------------|-------------|
| Objetivo | 0.75 | 0.1 | | | | | | | | | | | | | |
| Formación empresarial | 0.35 | 0.45 | 0.1 | | | | | | | | | | | | |
| Manejo de conflictos | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.1 | | | | | | | | | | | |
| Redes de apoyo | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.1 | | | | | | | | | | |
| Organización del negocio | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.1 | | | | | | | | | |
| Marketing | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.1 | | | | | | | | |
| Financiamiento | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.1 | | | | | | | |
| Recursos humanos | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.1 | | | | | | |
| Logística | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.1 | | | | | |
| Comercialización | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.1 | | | | |
| Atención al cliente | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.1 | | | |
| Seguridad | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.1 | | |
| Sostenibilidad | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.1 | |
| Resiliencia | 0.35 | 0.45 | 0.65 | 0.75 | 0.85 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.95 | 0.1 |

Nota: Los datos se obtuvieron con base en las encuestas (2022).

Discusión

De acuerdo con Elizundia (2015), la participación de las mujeres en el caso de la ciudad de Tehuacán, la participación de la mujeres en la vida empresarial de las micro y pequeñas empresas es igual de importante que la actividad que realizan los empresarios hombres. También se comprueba lo que mencionan Cab, Pech, et al. (2021), acerca de que la motivación más importante es hacer un micro negocio para complementar el ingreso familiar que se observa con los promedios acerca de la estrategia de negocio en la competencia de dirección.

Pero que al momento de hacer una correlación de variables se observa lo que menciona Saavedra (2020) acerca de las motivaciones para incursionar con un negocio que genera rentabilidad y que las mujeres tienen motivaciones para hacer crecer sus negocios que incluye el apoyo de familiares. La estrategia comercial y de negocio tienen relación con la estrategia competitiva y a su vez esta variable se relaciona con la capacidad de mirar tendencias nuevas que contribuyen con el crecimiento de las micro y pequeñas empresas de la ciudad.

Ahora, con respecto a las afirmaciones de Sadao y Santos (2022) en donde afirman en su estudio que las mujeres empresarias poseen baja escolaridad, mismas que contrastan con Zabłudovsky (2020) que en su estudio afirma que la mujeres empresarias poseen estudios formales, se puede decir que la capacidad de resolver problemas y la actitud positiva reflejan competencias aprendidas de manera empírica dado los valores promedio de las respuestas. El liderazgo parece ser una competencia que las empresarias reconocen claramente.

Acerca de las competencias de solución de problemas, y manejo de conflictos, las respuestas de las empresarias demuestran lo que mencionan Blasco et al. (2016), una satisfacción por dirigir un negocio por parte de las mujeres es una actitud que se corresponde con la oportunidad de emprender el negocio y el conocimiento adquirido en el sector empresarial y la visión de dirigirlo. Las mujeres empresarias normalmente parten de su experiencia personal y sus propias competencias para hacer y dirigir un negocio. Podemos sugerir profundizar en estos temas para futuras investigaciones en disciplinas como sociología, psicología y biología que ayudarán a comprender mejor las competencias de la mujer empresaria.

Hay un comentario que hace Zabłudovsky (2020) al respecto del techo de cristal, este concepto es el resultado de estudiar empresas de gran tamaño y observar las tendencias laborales de las mujeres ejecutivas, sin embargo, al mirar a las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Tehuacán, se puede mirar como ese techo, sigue siendo una limitante social y psicológica que limita a las mujeres en la toma de decisiones. Este hecho es el que se mira con los valores promedio de la competencia de Dirección donde las empresarias se auto perciben con menores resultados y que es lo que permite demostrar la hipótesis acerca de que las micro y pequeñas empresarias de Tehuacán no conocen sus propias competencias gerenciales a detalle.

Asimismo, y de acuerdo con los resultados obtenidos en el análisis, podemos encontrar que la hipótesis propuesta por Gutiérrez y Montañez (2018) acerca de que la mujer empresaria ejerce un liderazgo flexible en favor de los trabajadores se puede observar en las empresarias de Tehuacán, teniendo resultados en las dimensiones de liderazgo y solución de problemas superiores a la media. Con respecto a la dimensión de dirección, los resultados estuvieron cerca de la media, lo que nos indica que buscan favorecer un ambiente incluyente de trabajo como lo plantea Sala (2010). Las líneas de investigación incipientes abordaron estudios so-

bre género y rentabilidad de las empresas desde el año de 1997; posteriormente, las líneas de investigación se centraron en la percepción subjetiva del éxito, en donde las mujeres se declaraban satisfechas con su actividad empresarial, aunque la remuneración fuera inferior en el año 2000, ya para el año 2008 y haciendo uso de las estadísticas se comenzaron los estudios sobre el desempeño femenino en las empresas que abarcaron estudios de género, características demográficas, organizacionales y motivaciones del emprendedor. La literatura es amplia porque los análisis incluyen el estudio de las empresas familiares, aunque se quedan para futuros análisis el buscar en las disciplinas de la sociología, la psicología y la biología esa percepción acerca de que las mujeres empresarias desconocen sus capacidades y competencias.

Conclusiones

La primera conclusión es una paradoja donde las empresarias entrevistadas, por el valor de sus respuestas en promedio, se autoperciben como limitadas para hacer estrategias empresariales acorde con la misión y visión de sus negocios; sin embargo, en la correlación de variables se observa que sus estrategias se relacionan con estrategias competitivas y la identificación de tendencias en el entorno de los mercados donde se encuentran sus negocios.

Por lo que se encontró que las mujeres empresarias de Tehuacán poseen cualidades de liderazgo y solución de problemas bien definidas que impactan en la dirección de sus empresas, como se puede observar en la tabla 2. Los aspectos de planeación estratégica y comercial se ven beneficiados con una alta correlación.

De acuerdo con los datos cruzados por el análisis de correlación, las estrategias comerciales, de empresa y competitivas se relacionan con bajos valores con el resto de las variables de estudio, lo que evidencia una probable falta de conocimiento formal de métodos y estrategias para impulsar sus negocios.

Las competencias de solución de problemas, manejo de conflictos y liderazgo obtuvieron mejores valores en promedio de sus respuestas, lo que se puede entender como cualidades adquiridas en el trabajo en el sector económico donde se desempeñan. Es interesante observar que los valores correlacionados de liderazgo se relacionan con los recursos técnicos.

Todo lo anterior hace pensar que la percepción de sus competencias gerenciales mejoraría claramente si ellas deciden hacer estudios formales mediante cursos y diplomados para tener un conocimiento científico que les permita mejorar su autopercepción sobre estrategias empresariales, y decididamente afirmar que tienen las competencias de dirección para hacer crecer los negocios.

Se concluye también que el futuro de las mujeres empresarias en Tehuacán, es muy alentador debido a que los resultados obtenidos bajo sus gestiones son excelentes como consecuencia de su alta capacidad para el planteamiento de los objetivos.

Referencias

- Aguilar, R., Pinzón, L., & Durán, A. E. (2018). Un acercamiento a mujeres empresarias de zonas rurales de zonas rurales. *Temas Antropológicos. Revista Científica de Investigaciones Regionales*, 33(1), 73–84. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455860958005>
- Blasco-Burriel, P., Brusca-Alijarde, I., Esteban-Salvador, L., & Labrador-Barrafón, M. (2016). La satisfacción de las mujeres empresarias: Factores determinantes. *Contabilidad y Negocios*, 11(21), 68–92. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201601.004>
- Cab Pech, V. M., Domínguez Castillo, J. G., & Cisneros Cohernour, E. J. (2021). El uso de internet en mujeres emprendedoras de zonas marginadas del sureste de México. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 11(22). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.911>
- Charlo, M. J., & Nuñez, M. (2012). Women managers in large-sized Spanish companies: Profile, competence, and leadership styles. *Estudios Gerenciales*, 28(124), 87–105. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(12\)70217-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(12)70217-6)
- Díaz Dumont, J. R., Núñez Lira, L. A., & Cáceres Limaco, K. V. (2018). Results in the Institutional Image. 16, 169–197. Retrieved from http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v16n16/v16n16_a10.pdf
- Elizundia Cisneros, M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60(2), 468–485. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(15\)30010-3](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(15)30010-3)
- Gutiérrez Rayón, D., Ramírez Reséndiz, M., Valdez Torres, J. C., Villavicencio Ramos, I. J., Cruz Méndez, P., Balderas Ortega, J., ... Pantoja Meléndez, C. (2020). A look at the leadership of Mexican women in medicine. *Educacion Medica*, 21(4), 277–280. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.12.003>
- Gutiérrez, S., & Montañez, G. S. (2018). Inserción de la mujer en cargos gerenciales en la Industria tequilera. *Revista Lebre*, (10), 73–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.15332/rl.v0i10.2198>
- IMCO. (2022). Mujeres empresarias: impulsoras del cambio. Retrieved from https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2022/09/Mujeres-en-las-empresas-2022_Documento.pdf
- Mill, J. S. (1869). *La escalvitud de las mujeres* (2008th ed.). La Laguna: Artemisa Ediciones.
- Quintana, C. (2016). Impacto de la mujer directiva en la salida a bolsa de empresas de alta tecnología: El efecto mediador de las patentes y el desarrollo de productos. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 63–69. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.003>

- Ruíz, M. del C., Peña, J. V., & Prieto, B. L. (2020). CARACTERIZACION Y MOTIVACIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN MIPYMES DE VILLAVICENCIO – COLOMBIA. *Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*, XXI(2), 146–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.22267/rtend.202102.145>
- Saavedra, M. L. (2020). Competitiveness in Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises (Msme) Led By Women in México City. *Revista Digital UNLP*, (15).
- Sadao, E., & Santos, H. (2022). Negócios inclusivos liderados por mulheres empreendedoras: busca por avanços teóricos e empíricos. *Cadernos EBAPE.BR*, 20(4), 417–435. <https://doi.org/10.1590/1679-395120220011>
- Sala, M. (2010). *Mujer y Liderazgo*. Fundació Factor Humà, 1–8. Retrieved from https://factorhumana.org/attachments_secure/article/8259/dona_i_lideratge_cast.pdf
- Zabludovsky, G. (2020). Tendencias Estadísticas Y Debates Conceptuales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM*, LXV(240), 431–459. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.240.76632>
- Zuluaga Goyeneche, D., & Moncayo Orjuela, B. C. (2014). Perspectivas del liderazgo educativo: Mujeres académicas en la administración*. *Suma de Negocios*, 5(11), 86–95. [https://doi.org/10.1016/s2215-910x\(14\)70023-0](https://doi.org/10.1016/s2215-910x(14)70023-0)

Sobre los autores

- ¹ Profesor de tiempo completo de la Universidad Tecnológica de Tehuacán, México, ORCID: 0000-0002-4068-2814
- ² Profesor de tiempo completo de la Universidad Tecnológica de Tehuacán, México, ORCID: 0000-0002-7785-7589
- ³ Profesor de tiempo completo de la Universidad Tecnológica de Tehuacán, México, ORCID: 0000-0002-7504-3430



iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

