

DIFERENCIAS EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL GÉNERO DEL DIRECTOR

DIFFERENCES IN COMPETITIVENESS OF COMPANIES BY GENDER DIRECTOR

María Luisa Saavedra García
UNAM, DF México.
Investigadora de la FCA-UNAM
E- Mail: maluisasaavedra@yahoo.com

María Elena Camarena Adame
UNAM, DF México.
Investigadora de la FCA-UNAM
E- Mail: mcamarena_adame@hotmail.com

RECEPCIÓN: Julio, 2015

APROBACIÓN: Octubre, 2015

RESUMEN

La competitividad es un aspecto importante para las empresas hoy en día y mucho más para las empresas dirigidas por mujeres, pues los estereotipos de género están vigentes en todos los niveles y de algún modo impiden a la mujer avanzar por un lado, y por el otro, es la propia empresaria la que pone una barrera a su crecimiento con el fin de mantener el equilibrio en su papel como mujer y su papel empresarial, conociéndose esto último como “techo de cemento”.

El objetivo de este trabajo consiste en determinar si existen diferencias en la competitividad de empresas dirigidas por hombres y mujeres. Para este fin se realizó una investigación utilizando la base de datos de las 500 mejores empresas de México, del año 2013, se analizaron los datos utilizando la prueba t. Los principales hallazgos de este trabajo corroboran lo encontrado en la literatura previa en lo que se refiere al valor de los activos y el capital que son menores en las empresas dirigidas por mujeres en comparación a las dirigidas por hombres. Por otra parte, no se encontraron diferencias significativas en el rendimiento en las empresas dirigidas por hombres y mujeres.

Palabras clave: Empresarias, Género, Competitividad.

ABSTRACT

Competitiveness is an important aspect for companies today and much more for businesses run by women, as gender stereotypes are in place at all levels and somehow prevent women from advancing on the one hand, and on the other is the entrepreneur itself that puts a barrier to their growth in order to maintain balance in her role as a woman and her entrepreneurial role, the latter being known as "concrete ceiling".

The aim of this study is to determine whether there are differences in the competitiveness of businesses run by men and women. For this purpose an investigation was conducted using the database of the 500 best companies in Mexico, in 2013, the data were analyzed using the t test. The main findings of this study corroborate the findings in previous literature in relation to the value of assets and capital are lower in companies run by women compared to those headed by men. Furthermore, no significant differences in performance in companies run by men and women were found.

Keywords: Businesswomen, Gender, Competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Muchos estudios acerca de la competitividad de las empresas dirigidas por hombres y mujeres, señalan que las empresas dirigidas por mujeres son menos competitivas, entre las principales razones para esto se encuentran dos teorías, la del feminismo liberal que sugiere que el pobre desempeño de las empresas dirigidas por mujeres se debe a la discriminación que existe contra ellas y que no le permite acceder a recursos que son importantes para el desarrollo de su empresa, como la educación, la experiencia en negocios o capital financiero (Fischer, *et al.* 1993 citado en Zolín y Watson, 2012; Gottschalk y Niefert, 2010); y la teoría de del feminismo social, que argumenta que el hombre y la mujer son diferentes por naturaleza y por lo tanto la mujer tiene un enfoque diferente en su negocio, dado que tienen diferentes actitudes y valores (Fischer, *et al.* 1993 citado en Zolín y Watson, 2012; Gottschalk y Niefert, 2010). Por lo anterior, se formula la siguiente pregunta de investigación ¿Existen diferencias en la competitividad de empresas dirigidas por hombres y mujeres en México? El objetivo de este trabajo consistió en determinar si existen diferencias en la competitividad de empresas dirigidas por hombres y mujeres, para lo cual se utilizaron como variables del estudio, el monto de las ventas, la inversión en activos fijos y el capital, así como el rendimiento de las ventas, del capital y de los activos, realizando así un trabajo cuantitativo de corte

transversal, con un análisis de diferencia de medias.

El contenido de este trabajo se encuentra dividido en I. Marco teórico, donde se desarrolló en el tema de competitividad en las empresas dirigidas por mujeres, II. Metodología, donde se presenta la conceptualización de las variables del estudio, la determinación de la muestra y el análisis de los datos, que incluye la comprobación de las hipótesis, III. Hallazgos, donde se describen y explican los principales hallazgos de este trabajo, para por último presentar las conclusiones del estudio realizado.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

1. La competitividad en las empresas dirigidas por mujeres

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).

Escandón y Arias (2011) realizaron un estudio en Colombia acerca de la competitividad de las empresas dirigidas por mujeres, en el mismo encontraron que:

- a) El nivel de competitividad se encuentra relacionado con los recursos y

capacidades que se encuentran en la emprendedora tales como el nivel de educación, así las empresas dirigidas por mujeres con mayor educación son las que logran que se expanda en su mercado y logre con esto una mayor productividad y el tipo de oportunidad que identifica para emprender. Congruente 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 señalan que éstos recursos guardan estrecha relación con las capacidades; el capital financiero es capaz de dar acceso a más entrenamiento y educación, y es mejor aprovechado por los empresarios como lo señalan Díaz y Jiménez (2009) quienes en una investigación empírica encontraron que las empresas dirigidas por hombres tienen una mayor capacidad de transformar el capital financiero en ingresos y materializar sus intenciones de crecimiento en el corto plazo incrementando sus ingresos, 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, de áreas importantes para el crecimiento empresarial como el acceso al financiamiento y la tecnología.

A este respecto, De la Paz (2010) ha señalado que el incremento de la participación de la mujer en las actividades empresariales no ha ido acompañado de una mayor representatividad en las organizaciones empresariales, como ejemplo menciona que en el grupo de 182 asesores de la coordinación empresarial para el Tratado de Libre Comercio en México, solo participó una mujer.

En referencia al Capital Social, el Instituto de la Mujer (2011) señala que promueve la expansión de las capacidades de la pequeña empresa a través del desarrollo y mantenimiento de relaciones externas y también internas en la empresa. Las relaciones externas comprenden todas las relaciones informales del empresariado con su círculo más íntimo (familia y amigos) y conocidos, así como las formales que son las asociaciones empresariales que no solo incluyen a otros empresarios, sino también a clientes, proveedores.

- Las relaciones internas se dan con la interacción con y entre los empleados a todos los niveles de la empresa para facilitar la colaboración. Los empleados pueden ayudar al empresario a ampliar su red de contactos. Las dimensiones del capital social son:
- Dimensión estructural. Se define como la localización del empresario en una red de contactos, es vital para las percepciones de legitimidad, credibilidad y valor potencial. El empresario a través de su red de contactos con clientes, proveedores de financiamiento, puede obtener información valiosa, sin la que otros sin estos contactos no puede acceder.
- Dimensión cognitiva. Es un aspecto importante para construir las relaciones con los grupos de interés y desarrollar la reputación de la empresa. Mejora la efectividad de la transferencia de conocimiento a través del desarrollo de significados compartidos entre los individuos.
- Dimensión relacional. Consiste en el desarrollo de confianza entre los individuos, evitando oportunismos.

Según Martínez (citado en De la Paz, 2010) la escasa participación de las mujeres en las organizaciones empresariales se deben 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.

Así también, el Instituto de la Mujer (2011) señala que el capital humano está compuesto tanto por la formación y la experiencia como por la autoeficacia percibida y el tiempo dedicado a la actividad empresarial. A continuación se incluye una breve explicación de cada uno de estos elementos:

- Experiencia laboral previa. El mercado de trabajo puede verse como un marco formativo donde el empresariado consigue conocimiento y contactos, que puede tomar en cuenta al momento de crear su empresa. Los contactos que se adquieren en el lugar de trabajo pueden ser fuentes útiles para conocer el sector y para obtener consejos de personas expertas; también pueden actuar como potenciales proveedores, clientes o empleados. Este capital social se cultiva principalmente en los puestos directivos por lo que puede ser difícil de adquirir por las mujeres que generalmente ocupan puestos más bajos en las empresas. Por esta razón es más probable que se conviertan en empresarios quienes tienen experiencia no solo en años sino también en ocupar puestos altos.

- **Autoeficacia.** La autoeficacia se basa en las percepciones de un individuo sobre sus propias habilidades y capacidades para desarrollar una tarea específica con éxito. Las diferentes expectativas impuestas por la sociedad en función del género pueden moldear la autoeficacia percibida por los individuos. Así las mujeres jóvenes se perciben con menos autoeficacia en áreas que se han estereotipado como masculinas, aun cuando estén cursando un master en dirección de empresas y tengan experiencia previa, lo cual desmotiva su incursión empresarial sobre todo en industrias tradicionalmente dominadas por hombres. Es así como las mujeres manifiestan necesitar más asesoramiento contable y financiero que los hombres, con menos frecuencia se perciben como “empresarias” y tienen un menor grado de confianza en lograr poner en marcha su empresa.
- **Gestión del tiempo.** La distribución del trabajo doméstico sigue marcada por estereotipos y roles de género tradicionales, pues el acercamiento de hombres y mujeres en términos de educación y de condiciones en el mercado de trabajo no los iguala necesariamente en el hogar. Esta es la razón por la que las empresarias dedican menos tiempo que los empresarios a las tareas relacionadas con la empresa.

En cuanto a los recursos Díaz y Jiménez (2010), plantearon que la influencia de los recursos en el resultado empresarial difiere en función del sexo de empresario. Para comprobar este planteamiento realizaron una investigación en España considerando únicamente a las pequeñas empresas del sector servicios, aplicando un cuestionario a una muestra de 129 empresas. Encontraron que cuando se incorporan otras variables en el estudio aparte del género los resultados se explican por el tamaño y los recursos (capital financiero y tiempo dedicado).

b) Se encuentra también relacionado 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 por lo tanto incrementa su competitividad, lo que se ve reflejado en la calidad del producto y la manera como se hace efectivo el servicio.

Sin embargo, algunas emprendedoras tienen la posibilidad de identificar oportunidades para su empresa diferentes a los de la competencia, en los sectores de mayor valor, que incorporan nueva tecnología, donde ofrece productos nuevos y crece en forma importante en el mercado local logrando también la internacionalización temprana (Escandón y Arias, 2011).

Por otra parte, Díaz y Jiménez (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 empresarios y de personal bancario, aportando menos

contactos con clientes/proveedores o 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, por otra parte Blonder (2003) refiere que se debe a la falta de tiempo y a la falta de estímulo e información por parte de las instituciones gremiales. Generalmente están ausentes de las directivas de las asociaciones sindicales y, por lo tanto, su opinión no incide en los planteamientos de sus gremios e incluso, aun cuando alcanzan alguna posición de liderazgo, el hecho de estar en minoría no les permite lograr una mayor articulación de los intereses del conjunto de mujeres.

Con respecto a las diferencias en el desempeño de las empresas lideradas por hombres y mujeres, existen dos escuelas (Fischer, *et al.* 1993 citado en Zolín y Watson, 2012): 1) Teoría del feminismo liberal, sugieren que las empresas dirigidas por mujeres muestran un desempeño pobre, a causa de la discriminación que existe contra ella y/o a causa de otros factores sistemáticos que privan a la mujer de recursos importantes. Por su parte, Gottschalk y Niefert (2010) afirman que la teoría sugiere que las mujeres carecen de acceso a los recursos relevantes como la educación y la experiencia en negocios o capital financiero; 2) La teoría del feminismo social, argumenta 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, así pues, Gottschalk y Niefert (2010) señalan que las mujeres tienen diferentes actitudes y valores y, en consecuencia, adoptan un enfoque diferente para los negocios.

Díaz y Jiménez (2010) también encontraron que el resultado en términos de ingresos brutos de las empresas dirigidas por hombres es significativamente mayor. Las variables que se relacionaron con el resultado económico de las empresas dirigidas por mujeres son: el número de empleados, el capital financiero y el número de horas dedicadas a la empresa, todas menores a las de los hombres. En cuanto a esto último existe evidencia de que las mujeres son más productivas por hora trabajada, pues el hecho de que dediquen menos horas a la empresa se relaciona negativamente con el resultado. Sin embargo, en lo que se refiere a las empresas dirigidas por hombres se observa una mayor capacidad de transformar el capital financiero en ingresos y para materializar sus intenciones de crecimiento en el corto plazo en ingresos. En lo que se refiere al número de empleados Zabloudsky (2003) encontró que a medida que aumenta el número de empleados en una empresa, disminuye la probabilidad de que este a cargo de una mujer. En cuanto a la diversidad de género en las empresas Gallego, García y Rodríguez (2010) encontraron que esta

variable no influye en el rendimiento empresarial.

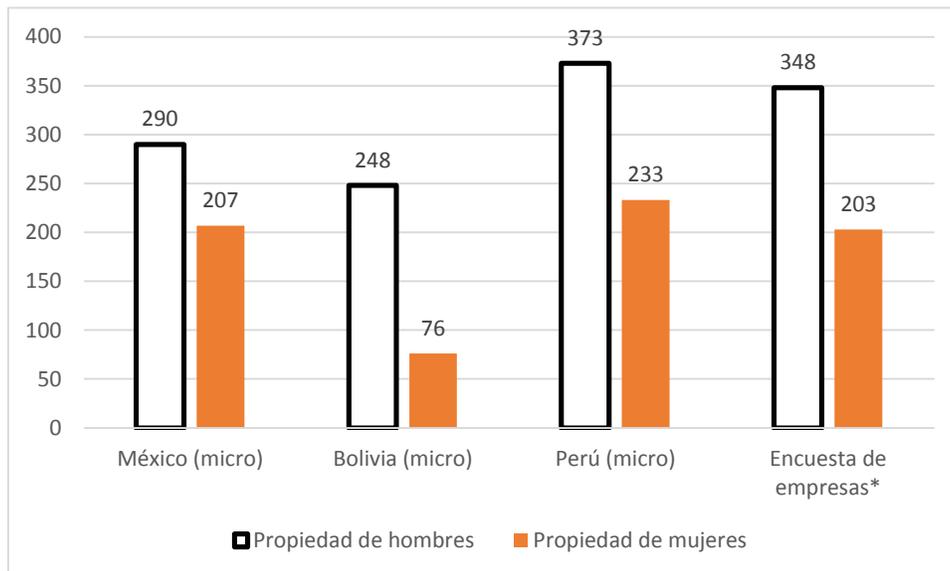
Ernst & Young (2009), señalan que las empresas que inician con altos niveles de capital muestran significativamente mejor desempeño, se sabe que las empresas propiedad de mujeres que generalmente inician con poco capital y por lo mismo tienen alto riesgo muestran un bajo desempeño en términos de activos, ingresos rentabilidad y sobrevivencia.

Lo anterior se encuentra relacionado con lo que menciona Espino (2005) que las mujeres tienen menos acceso a los recursos que los hombres de la misma clase social debido a los sistemas discriminatorios de propiedad y empleo. Esto dado a que mujeres cuentan con el aval de su propio patrimonio personal y suele ajustar las inversiones a los recursos propios (EMAKUNDE, 2013). Sin embargo, Bordieu (1977 citado en Instituto de la Mujer, 2011) menciona que incluso cuando hombres y mujeres al frente de una organización poseen niveles y tipos de capital¹ similares, puede que difiera el valor que tienen para los grupos de interés de la empresa.

Así también, 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 (Ernst & Young, 2009). A este respecto Sallé (2014) afirma que las mujeres solo aparecen como protagonistas en las fórmulas de autoempleo y pymes, en los segmentos más precarios del conglomerado de pymes.

En este sentido, en América Latina y el Caribe como podemos ver en la gráfica 3 que las empresas dirigidas por mujeres registran menos utilidades que aquellas propiedad de un hombre, observamos que la mediana de las utilidades es menor entre un 30% y 70% a la cifra correspondiente a los negocios propiedad de un hombre (BIRF, 2010).

Gráfica 1. Mediana de utilidades



Fuente: BIRF (2010).

Powers y Magnoni (2010) señalan que son notorias las diferencias de género en la productividad de los negocios. Las micro y pequeñas empresas de propiedad de una mujer son menos rentables y productivas que las de propiedad de un hombre. Sin embargo, esta situación cambia a nivel mediano y grande donde las empresas dirigidas por mujeres son tan productivas e incluso más que las dirigidas por hombres.

Esta diferencia en rentabilidad, se estaría explicando por qué los negocios liderados por hombres se enfocan fuertemente en los aspectos financieros y establecen parámetros de evaluación de inversiones y rentabilidad, mientras que las mujeres empresarias tienen como prioridad la calidad de vida, personal y

familiar conformándose con lo necesario para suplir estas necesidades (SELA, 2010), por su parte Escandón y Arias (2011) encontraron que las empresas dirigidas por hombres obtienen mejores resultados que las dirigidas por mujeres, explicando esta diferencia por la característica de los varones de aceptar mayores riesgos. Así también, el equilibrio que la mujer busca entre el trabajo y la atención a sus responsabilidades con la familia, impide el crecimiento de la empresa, esto es lo que Equal (2010) denomina “Techo de cemento”, pues es la propia mujer la que pone las limitaciones a su desarrollo por motivos personales. A este respecto, estudios recientes han demostrado una correlación negativa entre el cuidado infantil y trabajo del

hogar y tamaño de la empresa propiedad de mujeres y su desempeño (SELA, 2010).

En una investigación empírica en Taiwán Hsu, Kuo, & Chang (2013) encontraron que, las empresas dirigidas por hombres alcanzaron una tasa de ganancia superior en un 20% a las empresas dirigidas por mujeres. En este mismo sentido Inmyxai & Takahashi (2010) en Lao, utilizando una muestra de 493 hombres y 347 mujeres propietarios de micro, pequeñas y medianas empresas, encontraron que las empresas dirigidas por mujeres muestran relativamente un bajo desempeño en comparación de las empresas dirigidas por hombres. Esto se debería principalmente a aspectos tales como: diferencia en tamaño, las empresas dirigidas por hombres tienen mayor dimensión, un menor nivel educativo por parte de las empresarias, menos experiencia laboral, insuficiente inversión en entrenamiento empresarial y el uso de asesores para el desarrollo del negocio.

Por su parte, Izquierdo y Schuster (2008) en un estudio empírico realizado en Veracruz, México encontraron que existe relación positiva entre los factores culturales de las mujeres y la producción empresarial, así como una relación positiva entre los factores de éxito y el método para obtener utilidad en las ventas.

En este sentido, el Instituto de la mujer (2011) encuentra que las diferencias en el rendimiento entre las empresas dirigidas por hombres o mujeres se deben a que:

a) Crean dirigen sus empresas con diferentes tipos de capital humano (educación, edad, experiencia), siendo

los hombres quienes buscan un capital humano mejor capacitado, experto y en edad productiva.

- b) Crean y dirigen sus empresas con diferentes tipos de capital social, siendo los hombres los que tienen más redes que le permiten interactuar para obtener información y vínculos que beneficien a su negocio.
- c) Las empresarias crean sus empresas con menor capital financiero y tienen preferencias distintas en cuanto al financiamiento, a diferencia de los hombres prefieren no arriesgar.
- d) Lo anterior se traduce en que también los resultados serán menores en las empresas dirigidas por mujeres, dado que la inversión realizada es menor.
- e) Las empresarias están satisfechas con sus resultados empresariales y no buscan tener mayor crecimiento.

A pesar de que las empresas dirigidas por mujeres tienen menos rendimiento, éstas no están insatisfechas con ese resultado, en un estudio realizado por el Instituto de la Mujer (2011) se proponen tres razones que explicarían por que las empresarias aun teniendo menos resultados están satisfechas con sus empresas: 1) no se observa diferencias de género en el resultado obtenido en comparación con los competidores, 2) las empresarias con más frecuencia establecen límites máximos de satisfacción con el resultado, siendo estos menos ambiciosos que los que fijan los empresarios, 3) hay que preguntarse si el énfasis económico es el indicador más

importante para el éxito empresarial cuando se trata de una empresaria, pues en la mujer el atractivo de dirigir su propia empresa.

METODOLOGÍA

Se realizó una investigación cuantitativa de tipo transversal, utilizando datos de dos grupos de empresas, las dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres se utilizó la prueba t para calcular la diferencia de medias entre dos grupos.

La competitividad de las empresas se midió con las variables siguientes: las ventas netas, el capital y los activos, medidos en millones de pesos, así también se consideraron el rendimiento de las ventas, los activos y el capital, calculados como porcentaje de la utilidad neta.

1. Conceptualización de variables

Ventas.

Monto total de las ventas netas expresado en millones de pesos, en el año 2013.

Capital. Monto del capital de las empresas expresado en millones de pesos al 31.12.2013.

Activos. Monto de los activos netos de las empresas expresado en millones de pesos al 31.12.2013.

Rendimiento de las ventas. Es el rendimiento de la empresa con respecto a las ventas y se obtiene dividiendo la utilidad neta entre las ventas netas, se expresa en porcentaje.

Rendimiento de los activos. Es el rendimiento de la empresa con respecto a la inversión en activos y se obtiene dividiendo la utilidad neta entre los activos netos, se expresa en porcentaje.

Rendimiento del capital. Es el rendimiento de la empresa con respecto al capital y se obtiene dividiendo la utilidad neta entre el capital, se expresa en porcentaje.

2. Determinación de la muestra

Los datos fueron tomados de la publicación de la Revista expansión de las 500 mejores empresas de México del año 2013, encontrando que 17 empresas estaban dirigidas por mujeres, por lo que se procedió a seleccionar un número igual de empresas dirigidas por hombres, utilizando las ventas como parámetro de apareamiento de los grupos. Quedando así una muestra por conveniencia de 34 empresas.

Los datos de las empresas dirigidas por mujeres se presentan a continuación:

Cuadro 1. Empresas dirigidas por mujeres año 2013

		AÑO 2013					
	EMPRESA	VENTAS NETAS	ACTIVOS	CAPITAL	UTILIDADES COMO % DE		
		MILL. PESOS	MILL. PESOS	MILL. PESOS	VENTAS	CAPITAL	ACTIVOS
1	Comisión Federal de Electricidad	311,020.90	989,924.1	109,144.2	-6.2	-17.6	-1.9
2	MetLife México	40,623.40	114,150.6	22,429.7	8.0	14.5	2.8
3	Grupo Omnilife	20,633.80	nd	nd	nd	nd	nd
4	Danone México	17,624.70	519,442.3	187,794.5	2.24	3.40	5.50
5	Siemens	15,714.30	15,306.6	3,905.6	4.9	19.5	5.0
6	Mars México	12,203.60	nd	nd	nd	nd	nd
7	Kraft Foods México	11,467.20	300,227.2	67,274.9	0.33	1.91	8.53
8	Pensiones Banorte Generali	8,090.60	42,997.5	1,172.7	-36.3	-25.3	-6.8
9	Codere México	7,498.20	13,061.2	2,255.6	-6.1	-20.3	-3.5
10	Manpower	7,400.80	131,198.9	52,459.4	1.43	10.12	8.22
11	Softek	5,786.00	3,201,784.6	2,015,762.1	- 0.02	- 6.05	- 9.61
12	Lotería Nacional	4,665.00	6,521.0	3,270.0	nd	nd	nd
13	Alstom Mexicana	4,500.00	499,820.5	80,392.9	0.36	6.49	40.34
14	Linamar de México	4,347.60	36,474.5	18,761.7	1.45	6.26	12.17
15	Grupo Financiero Ve por Más	2,497.70	30,290.6	2,075.9	7.7	9.2	0.6
16	Correos de México	2,475.20	1,492.8	1,064.9	-2.2	-5.1	-3.6
17	CF Credit	1,205.00	13,878.0	1,766.0	10.1	6.9	0.9

Fuente: Expansión (2013).

Se tomaron las ventas como parámetro de apareamiento, a fin de seleccionar de la base de datos de expansión, un número igual de empresas dirigidos por hombres las

empresas seleccionadas se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 2. Empresas dirigidas por hombres año 2013

AÑO 2013							
	EMPRESA	VENTAS NETAS	ACTIVOS	CAPITAL	UTILIDADES COMO % DE		
		MILL. PESOS	MILL. PESOS	MILL. PESOS	VENTAS	CAPITAL	ACTIVOS
1	Fomento Económico Mexicano	236,922.00	295,941.90	210,160.50	11.8	13.3	9.5
2	Grupo Aeroméxico	39,568.50	28,180.80	7,275.90	3.3	18.2	4.7
3	Grupo ACS	20,521.40	715,929.70	98,807.34	0.91	4.40	31.90
4	Seguros Inbursa	17,588.00	58,227.00	8,986.50	-4.9	-9.5	-1.5
5	Televisa Cable y Telecomunicaciones	69,290.00	165,066.00	60,644.00	0.15	0.06	0.17
6	Seguros Banorte General	12,176.00	16,632.10	3,231.10	5.1	19.2	3.7
7	Pilgrim's Pride	11,465.40	41,442.00	19,498.00	5.55	13.50	7.60
8	Sempra México	7,995.20	32,888.20	23,185.50	31.9	11.0	7.8
9	Grupo La Moderna	7,465.90	7,603.20	6,144.00	6.0	7.3	5.9
10	Santander Seguros	7,398.30	15,958.40	2,350.70	0.6	1.9	0.3
11	Grupo Martí	5,767.60	6,286.10	3,050.60	nd	nd	nd
12	Sanofi de México	4,663.60	6,521.60	3,974.20	14.6	17.1	10.4
13	Sistema de Transporte Colectivo	4,462.90	nd	nd	nd	nd	nd
14	Noble Corporation	3,547.00	14,607.00	7,723.00	0.39	1.89	1.31
15	Bansefi	2,478.30	21,810.50	1,337.70	2.3	4.2	0.3
16	Impresora y Encuadernadora Progreso	2,468.90	954.90	327.30	2.2	16.5	5.7
17	Grupo Financiero Barclay's México	1,195.70	18,748.10	3,392.60	44.9	15.8	2.9

Fuente: Expansión (2013).

3. Análisis de datos

Las hipótesis a comprobar fueron:

Ho1: El nivel de ventas de las empresas dirigidas por hombres y mujeres son iguales.

Ho2: La inversión en activos de las empresas dirigidas por hombres y mujeres son iguales.

Ho3: El nivel del capital de las empresas dirigidas por hombres y mujeres son iguales.

Ho4: El Rendimiento de las ventas de las empresas dirigidas por hombres y mujeres son iguales.

Ho5: El Rendimiento de los activos de las empresas dirigidas por hombres y mujeres son iguales.

Ho6: El Rendimiento del capital de las empresas dirigidas por hombres y mujeres son iguales

Para comprobar cada una de las hipótesis se calculó la diferencia de medias utilizando la prueba t con un error alfa de 0.05, con el apoyo del paquete estadístico SPSS, versión 20 para Windows, los resultados se muestran a continuación:

Cuadro 3. Prueba de Hipótesis

(Diferencia de medias)

Hipótesis	Valor de t	Nivel de significancia	Decisión estadística
Ho1	-0.199	0.692	No se puede rechazar Ho1
Ho2	1.181	0.020	Se rechaza Ho2
Ho3	1.573	0.002	Se rechaza Ho3
Ho4	1.80	0.46	No se puede rechazar Ho4

Ho5	1.72	0.52	No se puede rechazar Ho5
Ho6	1.26	0.61	No se puede rechazar Ho6

Como se puede ver en el cuadro anterior, no se puede rechazar la hipótesis Ho1, y se concluye que no existe diferencia entre el nivel de ventas de las empresas dirigidas por hombres y mujeres. Lo anterior, se debería a que las ventas se utilizaron como parámetro de apareamiento para seleccionar el grupo de comparación, por lo que al no haber diferencia significativa entre los grupos se puede concluir que la selección del grupo de comparación, es decir las empresas dirigidas

por hombres, es adecuado. Sin embargo, los estudios antecedentes señalan que los ingresos de las empresas dirigidas por hombres son significativamente mayores (Díaz y Jiménez, 2010).

La hipótesis Ho2 se rechaza, lo que indica que los activos de las empresas dirigidas por mujeres son diferentes a los activos de las empresas dirigidas por hombres, también en el análisis se encontró que la media de los activos fue:

Cuadro 4. Media de los activos

Género del gerente	Media de los activos
Hombre	16,860,796.68
Mujer	38,6514.56

De acuerdo con los resultados de la media de los activos, también se puede observar que los activos de las empresas dirigidas por hombres son mayores a los activos de las empresas dirigidas por mujeres, siendo estos hallazgos coincidentes con lo que señala el Instituto de la Mujer (2011) acerca de que las

empresarias realizan inversiones menores en sus negocios que los empresarios.

La hipótesis Ho3, se rechaza lo que indica que el capital de las empresas dirigidas por mujeres es diferente al capital de las empresas dirigidas por hombres, también en el análisis se encontró que la media del capital fue:

Cuadro 5. Media del capital

Género del gerente	Media del capital
Masculino	15,476,802.30
Femenino	177,585.29

Los resultados de la media del capital, muestran que es mayor el capital en las empresas dirigidas por hombres que en las empresas dirigidas por mujeres, siendo esto coincidente con lo que señalan Díaz y Jiménez (2010), Ernst Young (2009) y el Instituto de la Mujer (2011), con respecto a que las empresas dirigidas por mujeres cuentan con menos capital que las empresas dirigidas por hombres.

Las hipótesis Ho4, Ho5 y Ho6, no pudieron ser rechazadas lo que indica que el

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los principales hallazgos de este trabajo muestran que existen diferencias significativas entre las empresas dirigidas por hombres y mujeres en cuanto al valor de los activos y el capital coincidiendo esto con la literatura previa que señala que las empresas dirigidas por mujeres presentan menos inversión en activos fijos y capital, explicándose esto por la aversión al riesgo que tienen las empresarias, así como la satisfacción que sienten con el tamaño y el rendimiento de sus empresas (Díaz y Jiménez, 2010), en comparación con los hombres que se enfocan fuertemente en los aspectos financieros estableciendo parámetros para evaluar las inversiones y la rentabilidad, asumiendo mayores riesgos (SELA, 2010, Escandón y Arias, 2011). Esta diferencia se debe al equilibrio que busca la mujer entre el trabajo y la atención a la familia poniéndose un “Techo de cemento” que le impide crecer (Equal, 2010).

rendimiento de las ventas, el capital y los activos de las empresas dirigidas por

hombres y mujeres no presentan diferencias significativas, pudiéndose explicar esto con lo que señalan Powers y Magnoni (2010) en el sentido de que a nivel mediano y grande las empresas dirigidas por mujeres son tan productivas e incluso más que las dirigidas por hombres.

Por otra parte, no se encontraron diferencias en las empresas dirigidas por hombres y mujeres, en lo referente al rendimiento de las ventas, el capital y los activos, aunque muchos estudios antecedentes señalan que son menores los rendimientos de las empresas dirigidas por mujeres que los dirigidos por hombres (Díaz y Jiménez, 2010, BIRF, 2010, Powers y Magnoni, 2010, Inmyxai & Takahashi, 2010, Escandón y Arias, 2011, Instituto de la mujer, 2011, Hsu, Kuo, & Chang, 2013, Sallé, 2014). Este hallazgo es coincidente con lo que encontraron Powers y Magnoni, quienes afirman que cuando aumenta el tamaño de las empresas la diferencia entre la productividad de las dirigidas por hombres y mujeres, no es significativa.

CONCLUSIONES

Son muy pocos los estudios que se han realizado en México, referentes a la competitividad de las empresas dirigidas por mujeres en comparación de las dirigidas por

hombres, este trabajo presenta un acercamiento a este tema, donde se presenta un trabajo con datos empíricos e información financiera de las empresas analizadas.

Los hallazgos obtenidos corroboran lo encontrado en estudios antecedentes, el resultado indica que las empresas dirigidas por mujeres cuentan con menores inversiones en activos y capital, y su rendimiento medido en términos de ventas, activos y capital no muestran diferencias significativas en el caso de empresas grandes, que fueron las que se estudiaron en esta investigación.

Las limitaciones de este estudio radican en que los datos fueron tomados de una base de datos de empresas grandes únicamente, solo en 17 casos la empresa estaba dirigida por una mujer. Este análisis se podría mejorar incluyendo en la muestra empresas pequeñas, con el fin de contrastar los resultados por tamaño y contar con una muestra mucho más amplia que permitiera llegar a resultados más contundentes

BIBLIOGRAFÍA

- BIRF (2010). *Mujeres empresarias barreras y oportunidades en el Sector Privado formal en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial.
- Blonder, 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.
- De la Paz, E. (2010). Nuevas tendencias en el mundo empresarial: La participación de las mujeres. *La Ventana* (32) 52-79.
- 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.
- 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.
- Equal (2010). Guía para la incorporación de políticas de igualdad de género en las PYMES. España: Unión Europea.
- Ernst & Young (2009). *The Groundbreakers series: driving business through diversity*. USA: EGYM Limited.
- Escandón Barbosa, D. M. y Arias Sandoval, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuadernos de administración*, Bogotá (Colombia) 24 (42) 165-181.
- 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.

- Expansión (2013). Las 500 empresas más importantes de México. *Revista Expansión*, XLIV (1118) 265-291.
- Gallego, I., García, I. y Rodríguez, L. (2010). The influence of gender diversity on corporate Performance. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 13 (1) 53-88.
- Gottschalk, S. & Niefert, M. (2010). Gender differences in business success of German Start up firms. ZEW, Centre for European Economic research. Discussion paper N° 11-019.
- Hsu, C., Kuo, L. & 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.
- INMUJERES (2009). *Empresas de mujeres= Empresas exitosas*. México: Instituto Nacional de las Mujeres.
- 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.
- Instituto de la Mujer (2011). *Los recursos y resultados empresariales: Una perspectiva de Género*. España: Universidad de Castilla la Mancha.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Zabludovsky, G. (2003). Las empresarias, sus familias y sus sociedades. *Comercio exterior*, 2 (LXII) 18-24.
- Zolín, R. & Watson, J. (2012). Challenging the female underperformance hypothesis. In *Proceedings of the 57th International Council for Small Business World Conference*, Wellington, New Zealand, pp. 1-14.