

Diferencias de género en la gestión empresarial de las mipe's de la Cd. de Chihuahua

Martínez-Aranda, María Rebeca, Anchondo-Chavarría, Guadalupe y Medina-Núñez, América Libertad

M. Martínez, G. Anchondo, A. Medina

Universidad Tecnológica de Chihuahua
becamatz@hotmail.com

R. Paredes, N. Peña, I. Vacio (eds.) *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa*. Tópicos Selectos de Micro y Pequeñas Empresas -©ECORFAN-San Juan del Río Querétaro, 2016.

Resumen

El presente estudio explica las diferencias de género en la actividad empresarial en las Mipe's en la ciudad de Chihuahua y encuentra que las mujeres empresarias desarrollan empresas diferentes a los hombres, se ubican en un espacio dentro del domicilio, el 42% es un local propio y en menor número se encuentran registradas ante la Secretaría de Hacienda, solo el 19% tienen a sus empleados registrados en el IMSS. Las funciones que realizan las empresarias principalmente son de ventas, compras y contabilidad. Mientras que las empresas lideradas por hombres tienen mayor uso de las tecnologías de la información, en mayor proporción tienen a sus trabajadores registrados ante el IMSS, capacitan más al personal y desarrollan un plan para crecer. El identificar las diferencias de género permitirá instrumentar acciones para mejorar el entorno cultural y laboral e instrumentar acciones para que se consoliden, desarrollen y permanezcan en el mercado las Mipe's.

Palabras Claves: Micros y pequeñas empresas, productividad y diferencias de género

Introducción

Las Mipe son empresas de gran importancia ya que representan un medio para impulsar el desarrollo económico. Son generadoras de la economía principalmente por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios. La creación de las micro y pequeñas empresas contribuyen a la disminución del desempleo, la obtención de ingresos que permiten la subsistencia de una familia, facilita la participación de la persona en la creación y dirección de su propio negocio. Además, dado que este tamaño de empresas no requiere de grandes inversiones para su operación, constituye una opción viable para ocupar mano de obra que no ha podido emplearse, que recibe un salario insuficiente o bien que no cuenta con la calificación necesaria para ser reclutada.

Las diferencias que existen entre mujeres y hombres respecto a las funciones que realizan, determinan algunas de las desigualdades de género. Una de ellas es, el tiempo que dedican las mujeres al trabajo del hogar lo que restringe su inserción laboral. Es una de las razones por la que los hombres tienden a durar más trabajando en sus propias empresas y creando empleos, lo que lleva una contribución importante que el de las mujeres empresarias. Las mujeres suelen arriesgarse menos que los hombres. Existe en la actualidad un machismo alto y la corresponsabilidad entre distintos roles.

En esta investigación analizaremos las diferencias que caracterizan la gestión empresarial de las Mipe's considerando el género, los desafíos a los que se enfrentan y así poder contribuir en desarrollar acciones para mejorar la cultura organizacional, promover prácticas igualitarias de desarrollo y oportunidades. El presente trabajo se estructura de la siguiente manera. En primer lugar, se realiza una revisión teórica de los estudios que han tratado las diferencias del género en microempresas. De esta revisión se determina el objetivo de la investigación y la metodología. Finalmente, se presentan los resultados obtenidos y las conclusiones del trabajo.

Revisión literaria

Las Mipe son empresas importantes para las economías nacionales por las aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios. En México constituyen el 99.8% del total de las empresas, generadoras de empleo del 72.1% de la población y producen ingresos equivalentes al 52% del Producto Interno Bruto (PIB); en la ciudad de Chihuahua, se estima que existen alrededor de 14,127 empresas, de las cuales el 98.84% son Mipe, así mismo se calcula que su tasa de mortandad en los primeros tres años de existencia sobrepasa el 80%.

A pesar de la importancia de las Mipes la información existente no permite determinar el por qué tienen éxito o fracasan estas empresas. (<http://www.chi.itesm.mx/investigacion/wp-content/uploads/2013/11/NEG30.pdf>)

De acuerdo a la Oficial Journal of the European Union, (2013, p.39) las Mipe se clasifican las micro empresas como todos aquellos negocios que tienen menos de 10 trabajadores, generan anualmente ventas de 4 millones de pesos y representan el 95% del total de las empresas. La pequeña empresa son aquellos negocios dedicados principalmente al comercio, y tienen entre 11 y 30 trabajadores, generando ventas anuales superiores a los 4 millones y hasta 100 millones de pesos, representan más del 3% del total de las empresas y las medianas empresas son los negocios dedicados al comercio que tiene desde 31 hasta 100 trabajadores generando anualmente ventas desde los 100 millones y pueden superar hasta 250 millones de pesos.

Las empresas creadas por mujeres cuentan principalmente con las siguientes características: muestran un menor desarrollo, son autofinanciadas y el crecimiento es más lento.

Las situaciones más comunes que precipitan el inicio de la actividad empresarial en las mujeres son la pérdida de empleo y la enfermedad o muerte de un familiar.

Las mujeres tienen menos posibilidades de obtener créditos bancarios, y la mayoría ni siquiera ha intentado obtener alguno. Para la mayoría de las mujeres es su única fuente de ingreso. El machismo y la corresponsabilidad entre distintos roles son los obstáculos más comunes que afrontan. La principal motivación para formar una empresa es la necesidad de independencia económica y generar ingresos para el sostén de una familia. La experiencia profesional previa en la actividad económica desarrollada y la realización personal son motivaciones que están presentes y son a la vez la principal fuente de satisfacción de las empresarias para continuar con sus proyectos productivos.

Las mujeres en su rol de empresarias, asumen grandes riesgos al grado de exponer su bienestar económico y estabilidad familiar. Este resulta de la vinculación que se establece entre la conservación de su patrimonio y el éxito de su acción empresarial.

Según el autor (Shalden K, 2010) desde los años 90's los países latinoamericanos, incluyendo a México, adoptaron Modelos Neoliberales de Desarrollo Económico, que se caracterizaron por una liberalización del comercio, desregulación de la inversión extranjera y la privatización de empresas gubernamentales. Estos cambios se tradujeron en difíciles retos para las Mipes, ya que se enfrentaron a un mundo globalizado con libre comercio, sin tener el apoyo o recursos necesarios para poder enfrentarlo. A diferencia de las grandes empresas, las Mipes tenían un acceso muy limitado y restringido a créditos bancarios, tecnología y poca información de productos y mercados. Además del número de empleos que aportan, las Mipes contribuyen al crecimiento económico de un país.

Existe una alta competencia entre las pequeñas empresas para sobrevivir en el mercado. Menos de la mitad de las nuevas empresas sobreviven más de cinco años, lo que genera rotaciones muy altas de empleos y una rápida movilidad en el mercado laboral; proceso indispensable para la competitividad y el cambio estructural (OECD, 2012a).

Actualmente las mujeres dirigen un alto número de pequeñas y medianas. La importancia es la contribución a la creación de empleos locales y desarrollo económico. La mujer ha tenido un desarrollo importante en el ámbito laboral y un incremento considerable en este tipo de empresas.

México se sitúa en el cuarto lugar de los países de América Latina que cuenta con el entorno empresarial propicio para las mujeres que buscan iniciar o hacer crecer un negocio. Esto demuestra que existe un área de gran potencial y crecimiento en el país. Revelaron que las mujeres en México sólo representan 16% del sector empresarial (INEGI, 2014).

El 43.8% de las personas ocupadas registradas en la economía nacional, fueron mujeres. En 2014, las mujeres conformaron el 11.0% del total de personal ocupado en el sector construcción.

Del total del personal ocupado en las industrias manufactureras en el año 2014, las mujeres participaron con el 34.5 por ciento.

En 2014, en el sector comercio al por menor la fuerza laboral femenina aporta el 51.3% del personal ocupado total. En el comercio al por mayor la participación de la mujer alcanza una de cada cuatro personas empleadas.

En 2014, las mujeres participaron con el 47.9% del personal ocupado total en los servicios privados no financieros, tales como restaurantes, hoteles, contabilidad y auditoría, escuelas del sector privado, servicios legales y médicos, entre otros. Esto representa casi la mitad del total del personal ocupado en estos sectores.

En ese mismo año 2014, las mujeres participaron con 13.0% del total del personal ocupado en los diferentes modos de transporte. El valor del trabajo no remunerado en las labores domésticas y de cuidados fue el equivalente al 18.0% del Producto Interno Bruto en el año 2014.

Por cada 10 horas de carga total de trabajo remunerado y no remunerado realizadas por las mujeres, los hombres realizan 8.3 horas. De las más de 29 millones de personas ocupadas que se tienen en cerca 5.7 millones de unidades económicas reportadas por los Censos Económicos 2014, las mujeres alcanzaron el 43.8 por ciento. En el sector privado y paraestatal laboraron cerca de 22 millones de personas, de las cuales 41.2% eran mujeres y 58.8% hombres. Los servicios financieros concentran el mayor porcentaje de personal ocupado femenino con el 49.5%, seguido del comercio con el 47.7 por ciento. La menor participación femenina se registró en el sector pesca y acuicultura donde únicamente el 10.0% del personal son mujeres. (INEGI, 2016).

Otras investigaciones de campo y estudios de caso dan cuenta de las siguientes particularidades de los negocios de mujeres (Mujeres Emprendedoras y Empresarias, de la revista Nacional Financiera S.N.C):

Concentran en “subsectores” de actividad con menor valor agregado, tales como el comercio ambulante, la producción de alimentos, la costura o los servicios educativos, los cuales a menudo son una extensión de las actividades del hogar.

Estos subsectores de menor valor agregado utilizan menos tecnología y se ubican al final de la cadena productiva, con reducidos márgenes de utilidad. A diferencia de los hombres, en algunas sociedades las normas culturales limitan el acceso de la mujer al ámbito laboral. Las mujeres suelen arriesgarse menos que los hombres, en gran medida porque tienen la responsabilidad del bienestar de sus hijos. No están preparadas para desarrollar negocios grandes y exitosos, entre otras razones debido a falta de capacitación, experiencia laboral y recursos financieros; o bien por causa de aspectos culturales como el no dejar a su familia abandonada, la doble jornada, el temor al fracaso, etc.

Las microempresarias tienden a seguir estrategias de crecimiento “horizontal y no vertical”; es decir, buscan extender la cartera de sus negocios en lugar de especializarse y hacer crecer alguno de ellos. Las mujeres tienden a enfocarse hacia negocios de poco riesgo y bajo crecimiento, considerándolos como más seguros. Se les dificulta entrar o permanecer en los nichos de mercado en que predominan los hombres, y optan por desistir o retirarse.

De acuerdo a la (Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el 2011) existen diferencias importantes por género que son estadísticamente significativas y revelan mayores dificultades para las mujeres en varios aspectos como: falta de experiencia en el sector empresarial, menor conocimiento del negocio, falta de recursos para emprender en forma individual, trámites largos y tediosos, falta de apoyos económicos por parte del gobierno, menos conocimiento y experiencia que los hombres en el sector empresarial, presentan mayores limitaciones para emprender de manera individual y dependen más de los ingresos generados por sus negocios. Estos hallazgos reiteran la necesidad de impulsar políticas públicas que apoyen particularmente el emprendimiento empresarial femenino.

Desde una perspectiva de género, es usual comprobar condiciones de desventaja para las mujeres, tanto en el mercado laboral como en el empresarial. Los indicadores sobre empleo y desempleo reflejan que las condiciones del mercado laboral son más adversas para las mujeres. (INEGI 2012)

Objetivo de la Investigación.

El objetivo de la investigación es identificar las diferencias de género en la gestión empresarial de las MIPES de la Cd. de Chihuahua, que permita instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directamente a las empresas para que se consoliden y puedan crecer.

Método

El estudio es parte de una investigación más amplia tomado de Posada, Aguilar y Peña (2016) en el estudio del municipio de Chihuahua (Santillán, Anchondo, Martínez y Villalobos 2016) El método se enfoca desde una perspectiva cuantitativa con alcance exploratorio de forma transversal, basado en un estudio de campo que tuvo como fuente de información principal una encuesta a una muestra representativa de las microempresas en la ciudad de Chihuahua. La muestra fue del tipo aleatorio estratificado, tomando como estratos un solo tamaño de empresa. Se utilizó una muestra de 316 MIPES de la Cd. de Chihuahua, dada una población de 33,029 unidades económicas en el municipio de Chihuahua. (INEGI, 2014), y usando la fórmula de tamaño de muestra propia para análisis de proporciones –consideramos un valor de $p=50\%$, para obtener la muestra más grande con una confiabilidad de 95% y un error de 5%. Para los cuestionarios se realizó un muestreo por conveniencia en el que se capacitó aproximadamente a 200 alumnos para que se aplicara el instrumento. El periodo de levantamiento fue durante los meses de febrero a abril 2015. La información obtenida fue analizada en el programa SSPS. Se diseñó un instrumento para medir las características del sistema-MiPEs desde la perspectiva de una sola persona, específicamente el director de la empresa, a la que se le pidió que valorara tanto los procesos, como las entradas, salidas y medio ambiente de la empresa entre otros aspectos. Dada la diversidad de perfiles que tienen estas empresas y que con frecuencia tienen estructuras ambiguas, se tomó la decisión de definir al director como la persona que toma la mayoría de las decisiones en la empresa y a la MiPEs como “un grupo, donde se reúnen personas que aportan capital y trabajo, con el propósito de obtener utilidades y remuneraciones, respectivamente” (López Vázquez, 2011, p. 8) y que cuenta con al menos un trabajador y máximo 50.

La estratificación de las empresas se llevó de acuerdo al “Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2013, la encuesta centra su medición en los sectores económicos de las Industrias Manufactureras, el Comercio (conformado por el Comercio al por mayor y el Comercio al por menor) y los Servicios privados no financieros (integrados por los Transportes, correos y almacenamiento; Servicios profesionales, científicos y técnicos; Apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación; Servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos; Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; Otros servicios excepto actividades gubernamentales)” (ENAPROCE 2015)

Se toma en cuenta la distribución de la actividad económica del municipio de acuerdo al INEGI (2015):

Tabla 1

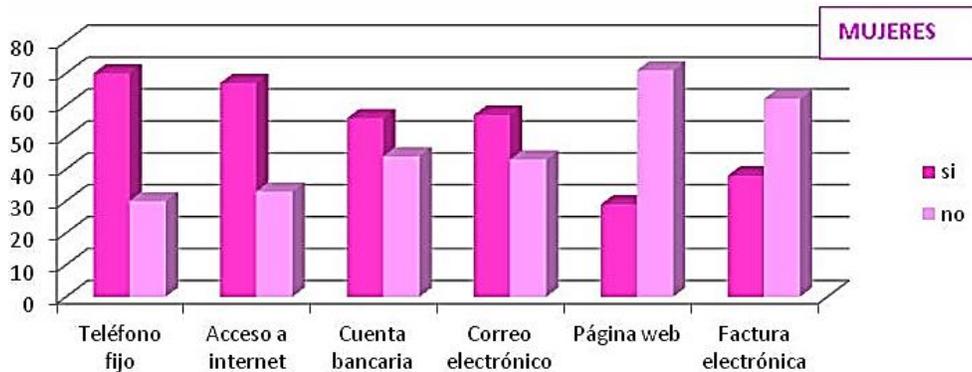
| | (08019) Chihuahua | Total |
|---|-------------------|-------|
| (11) Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza | 11 | 11 |
| (21) Minería | 19 | 19 |
| (22) Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final | 23 | 23 |
| (23) Construcción | 351 | 351 |
| (31-33) Industrias manufactureras | 2598 | 2598 |
| (43) Comercio al por mayor | 1420 | 1420 |
| (46) Comercio al por menor | 11822 | 11822 |
| (48-49) Transportes, correos y almacenamiento | 357 | 357 |
| (51) Información en medios masivos | 114 | 114 |
| (52) Servicios financieros y de seguros | 741 | 741 |
| (53) Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes mueble e intangibles | 651 | 651 |
| (54) Servicios profesionales, científicos y técnicos | 1033 | 1033 |
| (55) Corporativos | 7 | 7 |
| (56) Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación | 615 | 615 |
| (61) Servicios educativos | 1227 | 1227 |
| (62) Servicios de salud y de asistencia social | 1922 | 1922 |
| (71) Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos | 404 | 404 |
| (72) Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas | 3317 | 3317 |
| (81) Otros servicios excepto actividades gubernamentales | 5958 | 5958 |
| (93) Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales | 479 | 479 |
| Total | 33069 | 33069 |

Resultados

Empresas lideradas por mujeres. El modo de administración de las Mipe´s muestra las siguientes diferencias: las empresas lideradas por mujeres el 44% tiene más de diez años de operación. El 38% está registradas como pequeño contribuyente y llama la atención que un 17% no tiene registro ante la Secretaría de Hacienda. El giro del negocio en la que se tiene mayor participación con un 28.5% es en los servicios profesionales y técnicos como estéticas, uñas, maquillistas, seguida por la industria de los alimentos con un 15%. Respecto al número de empleados en las MiPEs se muestra que: 35.7% de las empresas cuentan con dos empleados, 27.4% tienen tres empleados y 13% cuatro empleados. La mitad de las empresas se encuentran ubicadas en zonas comerciales y el resto en zonas residenciales. El tipo de local el 42% es propio, el 20% tienen un espacio en la vivienda y el 30% renta el lugar.

De acuerdo a la información del gráfico 1, el 70% cuenta con un teléfono fijo y el 67% tiene acceso a internet y solo el 29% cuenta con una página web para dar a conocer su negocio.

Gráfico 1 Servicios con los cuentan las MIPES

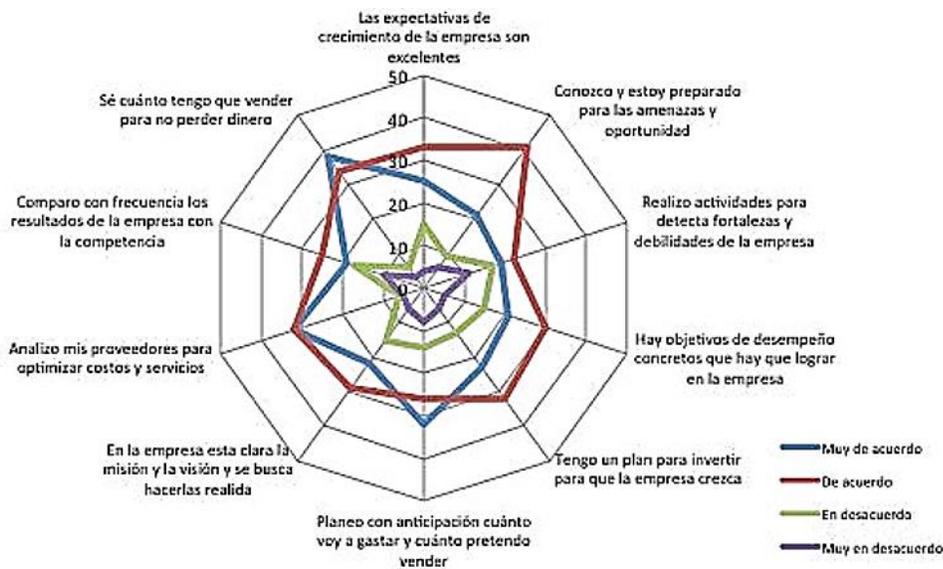


Fuente: Elaboración propia

El perfil de la mujer empresarias es el siguiente: La edad de las propietarias oscila entre los 25 a 35 años, el 60 % está casada y tienen en promedio 3 hijos y el 21% concluyeron sus estudios universitarios y solo el 26% terminaron bachillerato, el 7% cuenta con maestría.

El gráfico 2 muestra que el 69% de las empresarias tienen expectativas amplias de crecimiento, consideran estar preparadas para las oportunidades y amenazas y conocen sus fortalezas y debilidades el 85% conocen cuanto tienen que vender, el 27% cuentan con un plan para que la empresa crezca. El 38% se preocupa por optimizar costos a través del análisis de proveedores. El 43% dicen acatar las normas y leyes.

Gráfico 2 Administración

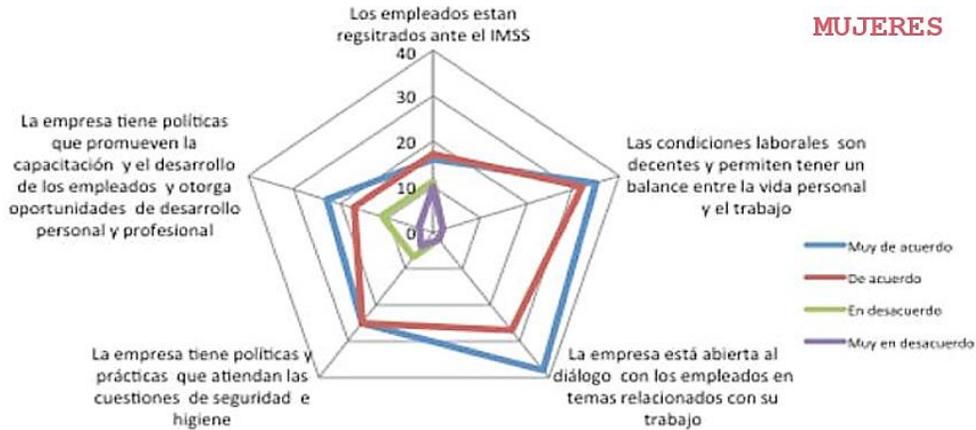


Fuente: Elaboración propia

En relación al personal, el gráfico 3 ilustra que solo un 19% de las empresas tiene a sus empleados registrados ante el IMSS y un 23% capacitan a su personal.

Además el 42% consideran que ofrecen un trabajo decente y permite mantener un balance entre la vida personal y laboral. Un 47% considera que tiene una comunicación abierta con sus trabajadores.

Gráfico 3 Recursos Humanos



Fuente: Elaboración propia

Las mujeres empresarias consideran importante la atención y servicio al cliente: el 65% dice comunicar a los clientes términos, precios y condiciones sin engaños, un 57% atiende quejas y sugerencias por parte de los clientes y trata de cumplir lo que les promete. Y un 52% busca cuidar los datos personales de sus clientes.

Gráfico 4 Funciones principales que realiza la empresaria



Fuente: Elaboración propia

Las funciones que principalmente realiza la empresaria dentro de su negocio son: pagos en un 73%, compras en un 64% y contabilidad y finanzas en un 52%. Mientras que las funciones que de manera formal se dejan de hacer en la empresa son: funciones de informática y sistemas en un 77%, funciones de recursos humanos en un 64%, funciones de comunicación en un 61%, así como servicio posventa en un 57% según lo demuestra el Gráfico 4.

Las ventas según los resultados obtenidos, el 35% lo realiza un trabajador, el 32% lo realizan las empresarias, el resto entre ambos.

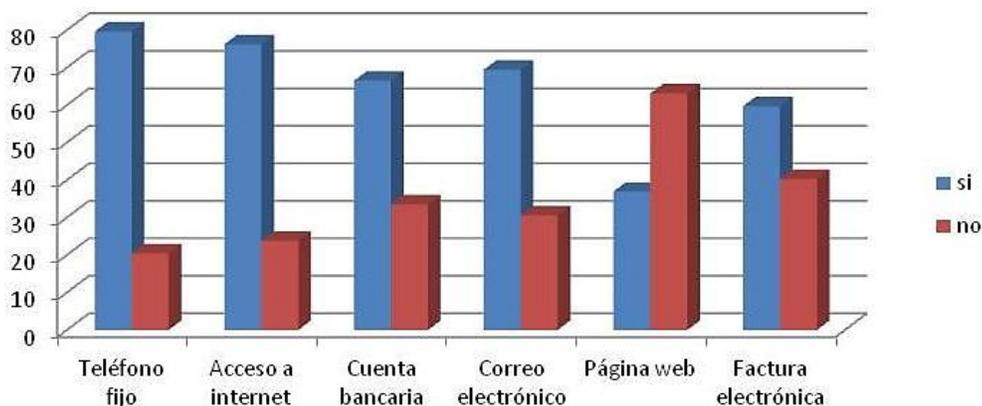
Empresas lideradas por hombres.

Las empresas lideradas por hombres muestran los siguientes resultados: El 35% tiene más de diez años de operación. El 29% están registradas como personas físicas con actividad empresarial y un 14% no tiene registro ante la Secretaría de Hacienda. El giro del negocio en la que se tiene mayor participación con un 21% es en abarrotes, 16% en industria de alimentos y un 11% en los servicios profesionales y técnicos como tornos, mecánicos, carpinterías, etc.

Respecto al número de empleados en las MiPEs se muestra que: 28% de las empresas cuentan con dos empleados, 17% tienen tres empleados y 16% cuatro empleados. El 45% de las empresas se encuentran ubicadas en zona residenciales. El tipo de local el 16% es propio, el 22% tienen un local en renta y el 12% tiene un espacio en su casa.

De acuerdo a la información de la gráfica 1, el 80% cuenta con un teléfono fijo y el 76% tiene acceso a internet y solo el 37% cuenta con una página web para dar a conocer su negocio.

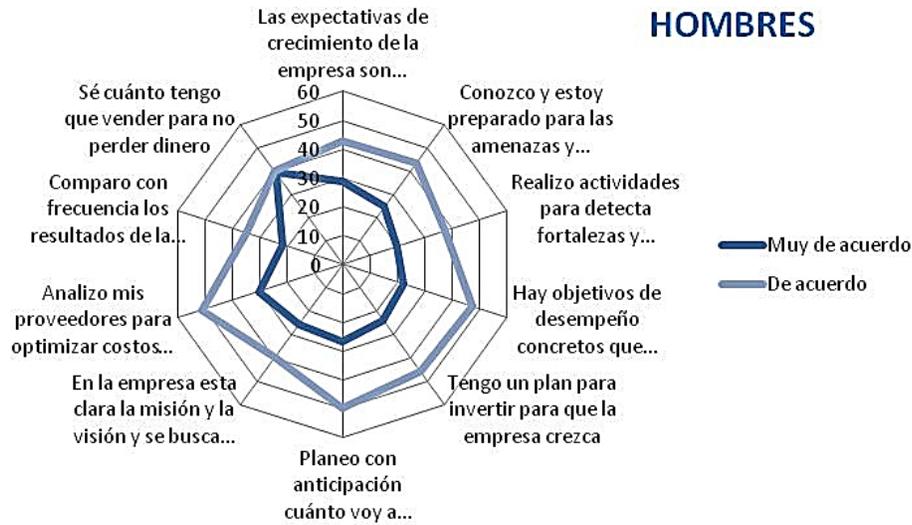
Gráfico 5 Servicios con los cuentan las MiPEs



Fuente: Elaboración propia

El perfil del empresario chihuahuense es el siguiente: La edad del propietario oscila entre los 35 a 45 años, el 76 % está casado y tienen en promedio 3 hijos y el 26% concluyeron sus estudios universitarios y solo el 24% terminaron bachillerato, el 4% cuenta con maestría. Referente a la forma de administrar, el Gráfico 2 muestra que el 39% de los empresarios saben cuánto deben de vender para no tener pérdidas, el 27% cuentan con un plan para que la empresa crezca y el 25% tiene conocimiento sobre sus oportunidades y amenazas y se prepara para enfrentarlas. El 31% se preocupa por optimizar costos a través del análisis de proveedores. El 39% dicen acatar las normas y leyes.

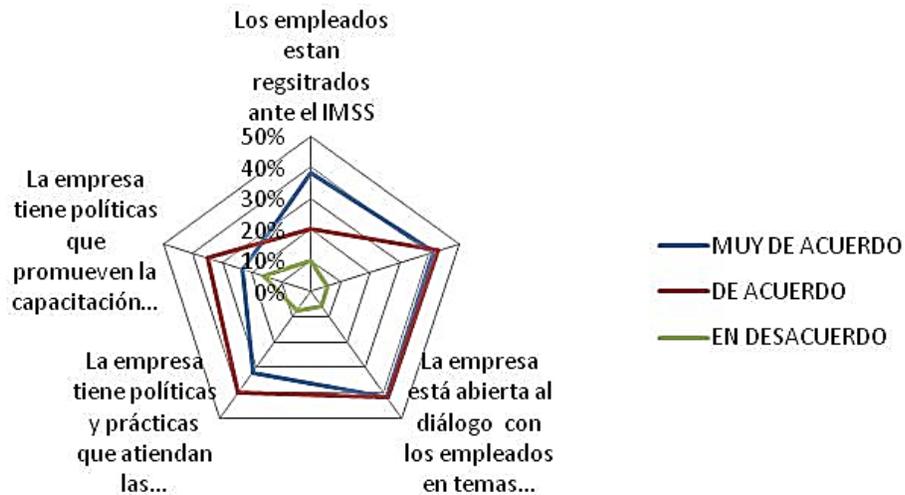
Gráfico 6 Administración



Fuente: Elaboración propia

En relación al personal, el gráfico 3 ilustra que solo un 38% de las empresas tiene a sus empleados registrados ante el IMSS y un 23% capacitan a su personal. Además el 42% consideran que ofrecen un trabajo decente y permite mantener un balance entre la vida personal y laboral. Un 42% considera que tiene una comunicación abierta con sus trabajadores.

Gráfico 7 Recursos Humanos



Fuente: Elaboración propia

Los varones empresarios consideran importante la atención y servicio al cliente: el 57% dice comunicar a los clientes términos, precios y condiciones sin engaños, un 49% atiende quejas y sugerencias por parte de los clientes y trata de cumplir lo que les promete. Y un 50% busca cuidar los datos personales de sus clientes.

Gráfico 8 Funciones principales que realiza el empresario

Fuente: Elaboración propia

Las funciones que principalmente realiza la empresaria dentro de su negocio son: pagos en un 47%, compras en un 42% y contabilidad y finanzas en un 32%. Mientras que las funciones que de manera formal se dejan de hacer en la empresa son: funciones de informática y sistemas en un 62%, funciones de recursos humanos en un 23%, funciones de comunicación en un 20%, así como servicio posventa en un 6.5% según lo demuestra el Gráfico 4.

Las ventas según los resultados obtenidos, el 22% lo realiza un trabajador, el 32% lo realizan los empresarios, el resto entre ambos.

Conclusiones

La realización de esta investigación ha permitido conocer a fondo las diferencias en la gestión empresarial de hombres y mujeres en las MIPE's de la Cd. de Chihuahua. Con base a la información generada se logra establecer las fortalezas y debilidades que tienen hombres y mujeres respecto a los servicios con los que cuentan en su local, el tamaño, características familiares, nivel de formación, uso de las tecnologías y la forma de administrar el negocio, los recursos humanos de los que dispone, así como las funciones principales que los dueños de las MIPE's llevan a cabo.

Por lo anterior, el objetivo planteado se cumple satisfactoriamente, ya que después de analizar el proceso administrativo de las micros y pequeñas empresas se concluye que el género masculino a pesar de tener en promedio menor tiempo en el mercado chihuahuense, la mayoría de sus empresas se encuentra registrada ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y supera a MIPE's administradas por el género femenino en los servicios que posee como teléfono, acceso a internet, cuenta bancaria, correo electrónico y factura electrónica. En el único rubro en donde las mujeres se ven más interesadas es en la actualización y administración de la página web de sus negocios.

La variable servicios ofrecidos por la empresa se puede correlacionar con la escolaridad de los empresarios, ya que el 26% de hombres encuestados cuenta con estudios universitarios, en relación al 21% de mujeres universitarias, esto se resume en la premisa: A mayor escolaridad, mayor número de servicios implementados por el gerente o dueño del negocio.

Por otro lado, al comparar la gestión administrativa de hombres y mujeres no se encuentran amplias diferencias en los niveles de optimización de costos mediante el análisis de proveedores, plan de crecimiento, ambos géneros tiene clara la misión y visión de sus empresas y los dos se sienten preparados para afrontar amenazas y desarrollar oportunidades de mercado.

Sin embargo, la percepción al analizar otras actividades administrativas es muy distinta, debido a que las mujeres tienden a observar todas las opciones posibles y se evalúan con puntajes bajos o nulos en la detección de fortalezas y debilidades, determinación de objetivos claros y con poca frecuencia evalúan a sus competidores.

Al respecto, los hombres cuentan con una percepción muy positiva de su gestión al estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con todas las actividades que representan el tener una adecuada planeación estratégica de su negocio.

A partir del análisis de las gestiones de Recursos Humanos se concluye que las dueñas de las MIPES son más abiertas al diálogo y opiniones de los empleados que los empresarios, esto debido a que ponen especial cuidado en que sus colaboradores tengan un equilibrio en su vida personal y laboral.

Dicha situación repercute en el servicio que se presta al cliente, ya que para las empresarias es de suma importancia ser claros con el comprador, evitar engaños, atender todas las quejas y sugerencias del consumidor, y el manejar de forma confidencial sus datos personales.

Un factor importante a señalar es que el género femenino supera por mucho las funciones que realiza dentro de la empresa como pagos, compras, contabilidad, finanzas, informática y sobretodo la parte de comunicación con un nivel del 61% respecto al 20% de gestión realizada por el género masculino. En resumen, la naturaleza fisiológica y psicológica de hombres y mujeres también repercute en la diversidad de gestiones que realizan al administrar su negocio, siendo el género femenino más cuidadoso en las actividades de tipo administrativo, de recursos humanos y trato con el cliente y por otro lado el género masculino busca la innovación y el apoyarse en diversos servicios que faciliten la operación del negocio.

Ambos tienen un objetivo común que es el desarrollo y crecimiento de su empresa, por lo que el estudio realizado sirve como apoyo para identificar las áreas de oportunidad que tienen las MIPES desde la perspectiva de género, y con ello la implementación de estrategias y/o metodologías que sirvan a unos y a otros dependiendo de la necesidad identificada.

Referencias

Administración & Finanzas, volumen 7, número 5, Blair Trujillo, Elsa. (2009). Mujeres en el ámbito laboral. En política y cultura (30-33).

Colombia: columbus. Mujeres Emprendedoras y Empresarias, Nacional Financiera s.n.c, pág. 10. (a. 2014).

Donna J. Kelley, Candida G. Brush, Patricia G. Greene and Yana Litovsky . (2011). Reporte de las Mujeres en las Empresas. Global Entrepreneurship Monitor, 2, 10-16.
Estadísticas Enaproce 2015

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx

Guerrero I., Gómez E., Armenteros M. 2014 Revista Internacional

INEGI. (2014). Censos Económicos 2014. Recuperado el 5 de julio de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015^a). Indicadores de ocupación y empleo al primer trimestre de 2015. Retrieved from:

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

Intragregtoppo. (2014). Mujeres Empresarias. 2016, de vana/resources sitio web:

http://siteresources.worldbank.org/intlacregtoppovana/resources/8404421260809819258/libro_mujeres_empresarias.pdf.

López Vázquez, I. p. (2011). Visión Paradigmática de la Empresa Mexicana en la Conceptualización de la Responsabilidad Social Corporativa. Universidad de Celaya.

Nacional Financiera. (2009). Mujeres Empresarias y Emprendedoras. Nacional Financiera, 2, 2-3.

OCDE. Cómo conciliar la vida familiar con el trabajo. México: fondo de cultura económica, 2012. 372 pp.

INEGI. (2016). mujeres trabadoras en México y Chihuahua. 2016, de Inegi sitio web: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

Official Journal of the European Union 1124/36 (2013) Commission recommendation. El día 1 de agosto del 2013 acerca de las definiciones de la micro, pequeña y mediana empresa. Información que se consultó en la página:

<http://eurlex.europa.eu/lexuriserv/lexuriserv.do?uri=oj:l:2003:124:0036:004.Pdf>