



Universidad & Empresa

ISSN: 0124-4639

ISSN: 2145-4558

univesidadyempresa@urosario.edu.co

Universidad del Rosario

Colombia

Camarena Adame, María Elena  
Capacitación en las PYME dirigidas por mujeres en la ciudad de México  
Universidad & Empresa, vol. 21, núm. 37, 2019, Julio-, pp. 76-107  
Universidad del Rosario  
Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187260206005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UdEaR  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto

# Capacitación en las PYME dirigidas por mujeres en la ciudad de México

María Elena Camarena Adame\*

**Fecha de recibido:** 27 de enero de 2018

**Fecha de aprobado:** 10 de septiembre de 2018

**Para citar:** Camarena Adame, M.E. (2019). Capacitación en las PYME dirigidas por mujeres en la ciudad de México. *Universidad & Empresa*, 21(37), 76-107.  
Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6467>

---

\* Profesora Titular de tiempo completo, en la Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración, adscrita a la División de Investigación. Doctora en estudios Latinoamericanos, Maestra en educación Superior y Licenciada en Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México. Reconocimiento de Investigadora Nacional del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología del México. Directora del Seminario de género en la organización en la FCA-UNAM, responsable del capítulo de Estudios de Género en la Academia de Ciencias Administrativas, ACACIA. Correo electrónico: [mcamarena\\_adame@hotmail.com](mailto:mcamarena_adame@hotmail.com)

## Resumen

El objetivo de esta investigación consistió en realizar una caracterización de la capacitación de las PYME dirigidas por mujeres y analizar la relación entre el nivel de estudios de la empresaria y la aplicación de herramientas administrativas. Se aplicó un cuestionario directo estructurado a una muestra de 272 empresarias voluntarias de la Ciudad de México y se realizó un análisis descriptivo y correlacional. Los principales hallazgos muestran que la mayoría de las empresarias adquirieron conocimientos empresariales como parte de su herencia familiar, más de la mitad de ellas ha tomado cursos de capacitación empresarial, principalmente en temas de administración, contabilidad, comercialización y organización; un alto porcentaje de estas empresas no cuentan con programas de capacitación; existe relación entre el nivel de estudios de la empresaria y la aplicación de herramientas administrativas para la organización y toma de decisiones. El no contar con programas de capacitación, limita el desarrollo de sus empresas, ya que la capacitación es un factor importante de generación de valor en las mismas, por lo que se hace indispensable que se incluya la capacitación desde el propio nacimiento de la empresa, para lograr un alto nivel de competitividad.

**Palabras clave:** PYME, capacitación, empresarias.

## *Training in SME Directed by Women in the City of Mexico*

### Abstract

The objective of this research was to conduct a characterization of the training of SMEs led by women and to analyze the relationship between the level of studies of the entrepreneurs and the application of administrative tools. We applied a structured direct questionnaire to a sample of 272 volunteer entrepreneurs from Mexico City and carried out a descriptive and correlational analysis. The main findings show that most women entrepreneurs acquired entrepreneurial knowledge as part of their family inheritance and more than half of them have taken business-training courses, mainly in administration, accounting, marketing, and organization. A high percentage of these companies do not have training programs. There is a relationship between the level of studies of the entrepreneur and the application of administrative tools for organization and decision-making. Not having training programs limits the development of their companies, since it is an important factor for generating value in them. Because of this, it is essential that business training education is included from the very beginning of the company to achieve a high level of competitiveness.

**Keywords:** SME, training, entrepreneurs.

## *Capacitação nas MPE dirigidas por mulheres na Cidade do México*

### Resumo

O objetivo desta pesquisa consistiu em realizar uma caracterização da capacitação das MPE dirigidas por mulheres e analisar a relação entre o nível de estudos da empresária e a aplicação de ferramentas administrativas. Se aplicou um questionário direto estruturado a uma amostra de 272 empresárias voluntárias da Cidade do México, se realizou uma análise descritiva e correlacional. Os principais resultados mostram que a maioria das empresárias adquiriram conhecimentos empresariais como parte de sua herança familiar, mais da metade delas tem levado cursos de capacitação empresarial, principalmente em temas de Gestão, Contabilidade, Comercialização e Organização; uma alta porcentagem destas empresas não contam com programas de capacitação; existe relação entre o nível de estudos da empresária e a aplicação de ferramentas administrativas para a organização e tomada de decisões. O não contar com programas de capacitação, limita o desenvolvimento de suas empresas, pois a capacitação é um fator importante de geração de valor nas mesmas, pelo que se faz indispensável que se inclua a capacitação desde o próprio nascimento da empresa, para conseguir um alto nível de competitividade.

**Palavras-chave:** MPE, capacitação, empresárias.

## Introducción

La importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (PYME) en México radica en que representan el 99.82 % del total de las empresas, generan el 71.41 % del empleo y aportan el 53 % al PIB (Producto Interno Bruto) nacional (INEGI, 2014). La participación de las empresas dirigidas por mujeres tiene una alta correlación con el crecimiento del PIB, debido a que al incorporarse las mujeres en las actividades productivas de un país se puede incrementar el crecimiento económico, la creatividad y la innovación en los negocios y disminuir el número de personas que viven en la pobreza (Bullough, 2008; Díaz & Jiménez, 2011).

En particular, la actividad empresarial ha pertenecido al ámbito masculino tradicionalmente, con diversas consecuencias, entre las que destacan la mínima participación femenina, el poco crecimiento en las empresas lideradas por mujeres (considerando que son dueñas de empresas de menor tamaño) y un cambio menor en dicha disparidad (Espino, 2005). Esto ocurre al concebirse el género como un conjunto de características de personalidad, gustos, preferencias, actitudes, papeles y valores que desarrolla una persona cuando se identifica con un sexo (Serret & Méndez, 2011, p. 12) y que son socialmente aprendidas; la forma en que se perciben estas características en las mujeres empresarias dentro del contexto empresarial, se tomarán como punto de partida para el reconocimiento de las necesidades que se requieren atender entre este tipo de mujeres.

Cabe recalcar que la mujer empresaria en la Ciudad de México participa activamente en la producción y comercialización de bienes y servicios para la sociedad, con lo cual contribuye en el impacto psicosocial de su entorno; además del beneficio social que genera para las familias, proporciona empleo para la población económicamente activa, promueve la capacitación en aspectos técnicos, de desarrollo de habilidades, de actitudes personales de sus empleados y crea un vínculo directo de crecimiento con otras mujeres dentro y fuera de su familia.

El desarrollo de una cultura de emprendimiento para mujeres en México, con acciones de educación, capacitación y acceso al financiamiento se refleja en los siguientes resultados: el 19 % de las mujeres mayores de 18 años participan en actividades de emprendimiento; la tasa de emprendimiento temporal (TEA) a nivel nacional desde 2008 hasta 2015 ha

tenido incrementos significativos del 41.9 %, y la brecha de emprendimiento entre hombres y mujeres ha disminuido, por cada 10 hombres que inician un negocio 8.3 mujeres lo inician también. Las razones que manifiestan las mujeres para emprender un negocio son para cubrir necesidades económicas de la familia y representan una oportunidad de negocio que les puede permite independencia económica. En este sentido, la evolución de las empresas creadas por mujeres a nivel nacional manifiesta un repunte, representando un incremento de un 5 % en mujeres que emprenden solas (GEM, 2016). Y éstas se empoderan cuando disminuye el riesgo para emprender solas, situación que se observa al incrementarse su participación en la composición del sector empresarial de forma individual, y también impactando negativamente en los resultados de emprendimiento de opción mixta hombre/mujer durante 2014, cuyo resultado fue de -12.7 % (GEM, 2016).

Ciertamente, son pocos los trabajos actualizados en el contexto mexicano, que abordan el tema de la capacitación desde la perspectiva de género en las organizaciones<sup>1</sup> y de las mujeres empresarias. Por lo que resulta interesante plantear la siguiente pregunta de investigación, ¿cuáles son las características de la capacitación de las PYME dirigidas por mujeres en la Ciudad de México?

Para resolver esta pregunta, el presente trabajo tiene como objetivo realizar una caracterización de la capacitación de las PYME dirigidas por mujeres y analizar la relación que existe entre el nivel de estudios de la empresaria y la aplicación de las herramientas administrativas.

En la primera parte se desarrolla el marco teórico que inicia con el concepto de capacitación de las empresarias en las PYME; posteriormente, se describen las áreas de desarrollo, destreza empresarial, experiencia en gestión y se analiza la capacitación como tal y sus beneficios, los cuales impactan significativamente en las PYME y en especial en las dirigidas por mujeres. En la segunda parte de este trabajo, se presenta el diseño metodológico, iniciando con la determinación de la muestra, el instrumento de medición y la recolección de datos; en la tercera parte se presenta el análisis e interpretación de los resultados, y por último se presentan la discusión, conclusiones e implicaciones de los hallazgos de esta investigación.

<sup>1</sup> La perspectiva de género en las organizaciones consiste en visualizar los distintos fenómenos de la realidad tomando en cuenta que en todos los ámbitos existen diferencias en el comportamiento y los roles que desempeñan hombres y mujeres (Camarena y Saavedra, 2018).

# 1. Marco Teórico

## *El capital intelectual, el capital humano y la capacitación*

Hoy en día, los recursos intangibles basados en el conocimiento a través del capital intelectual, se consideran como una de las fuentes principales para la creación de ventajas competitivas sostenibles en las empresas (Nonaka, 1991; Bueno, Rodríguez & Salmador, 1999; Marín, 2001; Torres, 2005; Demuner, et al., 2015).

Del concepto de capital intelectual surge el término capital humano, el cual se compone de dos aspectos principales: los talentos y el contexto (Chiavenato, 2009). Los primeros están dotados de conocimientos, habilidades y competencias que son reforzados, actualizados y recompensados de forma constante, mientras que los segundos se refieren al adecuado ambiente interno para que los talentos florezcan y crezcan. Por su parte, Bueno (2011) menciona que el capital humano se refiere al conocimiento (explícito o tácito e individual o social) que poseen las personas y los grupos, así como la capacidad para generarlo, ya que resulta útil en el propósito estratégico de la organización, es decir, el capital humano se forma con lo que las personas y los grupos saben, pero también a través la capacidad de aprender y de compartir dichos conocimientos con los demás, lo que puede beneficiar a la organización.

Los principales modelos de capital intelectual en el componente del capital humano han incorporado dimensiones e indicadores de capacitación de forma explícita o implícita. De acuerdo con Brooking (1977), se considera como “educación y formación profesional”; con Sveiby (1997), “nivel de educación y costo de formación”; Bueno, Rodríguez y Salmador (1999) lo definen como “competencia de las personas y mejora de competencias”, mientras Nevado y López lo presentan como (2002) “inversión en formación”; para Edvinsson y Malone (1997; 2003) es “gasto en formación/empleado” y para Rodríguez (2004) es “formación de los empleados”.

En suma, el capital humano es importante para el desarrollo de las empresas y relevante para lograr mejores resultados en las PYME, por lo que las mujeres empresarias lo deben tomar en cuenta para mejorar su negocio. A continuación, se analizarán las áreas en las que se desarrollan e influyen las mujeres empresarias.

## 1.1. Áreas de desarrollo en mujeres

Las mujeres en México se desarrollan en varios ambientes educativos; en el caso de los estudios se puede recurrir a la matrícula en educación de 2013 realizada por el INEGI. De acuerdo con la tabla 1 se observa que, en el caso de los estudios de Licenciatura, los hombres superan a las mujeres, no así en Posgrado, dónde las mujeres tienen una mayor participación que los hombres. En el caso de los estudios de la Normal tienen 6 % en comparación con el 2.5% de los hombres, comprobando que este sector generalmente corresponde al sexo femenino. En estudios de técnico superior la diferencia es de 0.9, pues los hombres tienen un 4 % mientras que las mujeres tienen un 3.1% (ver tabla 1).

**Tabla 1.** Porcentaje de la matrícula en educación

Categoría	Hombres %	Mujeres %
Posgrado	6.8	7.7
Licenciatura	86.1	83.2
Normal	2.5	6
Técnico Superior	4	3.1

**Fuente:** INEGI 2013.

De acuerdo con las estadísticas de educación superior de México, señaladas en la tabla 2, entre los estudiantes del sexo femenino y masculino existen algunas diferencias y similitudes respecto a la elección de las carreras universitarias. Entre las profesiones más demandadas por ambos sexos se encuentran Derecho, Administración, Psicología, Ingeniería Industrial y Administración de empresas. Las áreas que tienen una marcada tendencia a ser elegidas preferentemente por mujeres son las licenciaturas en Enfermería, Educación preescolar, Contaduría y Educación Primaria. En el caso de los hombres, las carreras con más demanda son las Ingenierías en Sistemas computacionales, Civil, en Mecatrónica y Mecánica, así como Arquitectura (ANUIES, 2013), es decir, la población masculina se enfoca en estudios que requieren habilidades matemáticas como la Ingeniería, la Arquitectura y la Computación. Sin embargo, resulta interesante hacer notar que el caso de la Ingeniería Industrial es elegida por ambos sexos, aunque tiene una mayor demanda por parte de los hombres con un 3.7%, mientras que entre las mujeres ocupa un 2.3%, lo cual indica que algunas mujeres se inclinan hacia disciplinas del área matemática, y por lo tanto no es posible hacer una generalización tajante en cuanto a que los hombres se desarrollan

en el ámbito matemático y las mujeres en las áreas de derecho, educación, salud y administración (ANUIES, 2013). El mayor porcentaje de hombres en carreras relacionadas con la ingeniería implica un ámbito laboral masculino en éstas áreas del conocimiento, en donde las mujeres tendrán mayores retos para demostrar sus competencias laborales en los mismos espacios (ver tabla 2).

**Tabla 2.** Distribución porcentual de la población en licenciatura

Hombres		Mujeres	
Porcentaje	Licenciatura	Porcentaje	Licenciatura
6.9	Derecho	7	Derecho
4.7	Ing. Industrial	5.4	Psicología
4.2	Ing. En Sist. Comp.	4.4	Administración
3.3	Ing. Civil	2.6	Enfermería
3.1	Administración	2.4	Educación preescolar
2.1	Ing. Mecatrónica	2.3	Ing. Industrial
2	Admón. De Empresas	2.2	Admón. De Empresas
1.8	Arquitectura	2	Pedagogía
1.7	Ing. Mecánica	2	Contaduría
1.7	Psicología	1.9	Educación primaria

**Fuente:** ANUIES, 2013.

Referente al porcentaje de la población económicamente activa por área de capacitación laboral, se observa en la tabla 3 que las áreas de especialización con mayor porcentaje son las ramas de servicios y administración, contabilidad y economía, donde más de la mitad (51.1%) de las mujeres trabajadoras se capacitaron y sólo un poco más de un tercio (36.5%) de los hombres lo hicieron. Los ambientes con menos trabajadores capacitados fueron los de participación social, así como los de mantenimiento y reparación, donde las mujeres alcanzaron 3.3% y los hombres un 3.9% (INEGI, 2009) (ver tabla 3).

**Tabla 3.** Distribución porcentual de la población económicamente activa con capacitación laboral

Área	Hombres	Mujeres
Servicios	19.7	31.6
Administración, contabilidad y economía	16.8	19.5
Comercialización	9.2	10.8

continúa



Área	Hombres	Mujeres
Producción	17.3	10.5
Tecnologías de información y comunicación	8.2	9.9
Desarrollo personal y familiar	6.4	7.1
Seguridad	10.5	5.7
Mantenimiento y reparación	8	1.6
Participación social	3.9	3.3

Fuente: INEGI, 2009.

En cuanto al campo laboral, se sabe que la mitad de la población de mujeres que son empleadoras o trabajan independientemente, se concentra en el sector comercial. Seguido de restaurantes y servicios de alojamiento, sector que se encuentra a la par de la industria manufacturera; la industria con mayor ausencia de sexo femenino es la extractiva y de electricidad, transporte, correos y almacenamiento Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS) –(INEGI, 2013). Por el contrario, los hombres cuentan con participación diversa en más sectores, la mayor parte (63%) se concentra en 3 sectores: agropecuario (22.8%), comercio (20.9%) e industria en especial la industria extractiva, electricidad, construcción, transporte, correos y almacenamiento (19.1%) (STPS-INEGI, 2013).

## 1.2. Destreza empresarial

Dentro de las principales características que tiene la mujer al emprender un negocio, se encuentran las siguientes (Bauer, Finnegan & Haspels, 2004):

1. Búsqueda de oportunidades.
2. Persistencia.
3. Compromiso con el contrato de trabajo.
4. Demanda de calidad y eficiencia.
5. Asunción de riesgos.
6. Establecimiento de metas.
7. Planeación sistemática y monitoreo.
8. Búsqueda de información.
9. Persuasión y redes de contactos.
10. Confianza en sí misma.

Resulta interesante observar que las mujeres rechazan un estilo de dirección en donde predomine la imposición, la fuerza y el dominio, debido a que prefieren un estilo de dirección orientado a las necesidades y la atención a los empleados, basado en la mediación, la colaboración y la empatía (Padilla, 2008), es decir, las mujeres emprendedoras con capacidad de liderazgo conceden más importancia a la colaboración y a la pedagogía, se orientan hacia las personas, las necesidades individuales y los procesos, y tienen un estilo creativo, comunicativo y abierto que promueve la potenciación profesional y

el compromiso colectivo de los miembros de la organización (Padilla, 2008; Contreras, 2012; Navas, 2013). Por consiguiente, al interior de la organización dedican más tiempo, mayor seguridad emocional, perseverancia, optimismo y capacidad de organización en comparación con los hombres (Materano, Ruíz, Torres & Valera, 2009).

Actualmente, la percepción hacia la mujer en el mundo de los negocios influye negativamente sobre el éxito de sus empresas, por lo que es necesario distinguir entre las capacidades empresariales reales de las mujeres empresarias y las que ellas perciben (Junquera, 2004).

### 1.2.1. *Experiencia en gestión*

La mayoría de las empresarias se insertan de manera gradual en las actividades empresariales. Muchas empiezan sin concebirse a sí mismas como empresarias (Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES, 2009), y es común que cuando administran el negocio lo realicen como parte de una herencia familiar, pues vieron a sus padres hacerlo (López, 2013). Las empresas dirigidas por mujeres predominantemente son micro y pequeñas empresas (Hernández, 2010) y poseen, en su gran mayoría, negocios tradicionalmente femeninos como salones de estilismo, spas, cuidado de niños y tiendas (López, 2008).

Empero la actual cultura de los negocios es predominantemente ‘masculina’<sup>2</sup> (Adler, 2002), en este contexto se precisa que las mujeres encuentran mayores barreras para avanzar en el mundo empresarial por razones de diversa índole (Lyness & Thompson, 2000), porque se consideran los estilos masculinos de dirección como el modelo a imitar (Adler, 2002) o porque muchas empresarias no se adaptan al perfil del emprendedor acorde con el estereotipo más aceptado. Otra barrera se encuentra en que las empresarias se caracterizan por tener un estrecho contacto personal con su lugar de trabajo y sus trabajadores(as) (INMUJERES, 2009).

Así mismo, el nivel y el tipo de experiencia de las empresarias incide sobre el éxito de sus negocios, de tal forma que las características de las empresarias de ‘perfil femenino más clásico’ (menor dedicación al negocio) o de la discriminación (presión social y legal sobre la mujer) (Junquera, 2004), influyen de forma negativa sobre su capacidad de éxito

---

2 Visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino (Rocha & Díaz, 2005).

empresarial. La experiencia en el mismo tipo de negocio suele ser menor en las empresarias que en los empresarios, lo cual actúa negativamente en sus negocios.

### 1.3. Capacitación

Una organización inteligente es aquella que tiene la capacidad para aprender continuamente, sentando como bases el aprendizaje y la adaptación. Senge (2007) considera la capacitación como una inversión y al saber y la experiencia como activos intangibles, por tal razón en este tipo de organizaciones la dirección procura el desarrollo a través de la gestión del capital humano.

En este orden de ideas, la capacitación es una acción destinada a incrementar las aptitudes y los conocimientos del trabajador con el propósito de prepararlo para desempeñar eficientemente su trabajo (Grados, 2007). Por medio de la capacitación el comportamiento del trabajador se modifica, ya que éste se enfrenta constantemente a situaciones que le permiten transformarse, desarrollarse y adaptarse, lo que lo lleva a actualizarse frecuentemente. A través de la capacitación es posible generar valor en todos niveles, por ejemplo, económico, laboral y humano, ya que la capacitación también tiene efectos en la sociedad, pues genera conocimiento no sólo para el trabajo sino para la vida, ya que mejora la calidad de ésta (Attorresi, 2009).

#### 1.3.1. Beneficios de la capacitación

El factor capacitación y formación de recursos humanos es determinante en la medida en que es una herramienta que facilita el aumento de la productividad de las empresas a través de mayores y mejores rendimientos de sus trabajadores, y otorga un valor agregado a los esfuerzos de este último grupo (Poblete, 2004). Algunos de los beneficios de la capacitación son tangibles, en el sentido en que pueden ser medidos y evaluados con razonable exactitud y relativa facilidad. Estos resultados representan ahorros en el uso de recursos personales, materiales y de servicios (Hidalgo, 1998). Generalmente, los beneficios de la capacitación para una institución tienen que ver con la reducción de los costos operacionales, a partir de una mejor utilización de los recursos, pero también mediante la capacitación se busca conseguir que todos los puestos de trabajo de la empresa estén ocupados por personas que posean las aptitudes, motivaciones y conocimientos indispensables para realizar las tareas propias de cada puesto (Attorresi, 2009).

Los sistemas de capacitación concebidos deben influir en el ambiente de trabajo de los colaboradores, de manera que favorezcan el apoyo social dentro de la organización, y garanticen los recursos, además de que generen una cultura organizacional que favorezca la transferencia al puesto y su mantenimiento (Cabrera, 2005). Entre los beneficios que brinda la capacitación se encuentran la reducción del ausentismo, el aumento de la puntualidad, la disminución de la rotación de personal, mayor satisfacción personal de los empleados, mejor conocimiento de su trabajo, aumento de la motivación e integración de los colaboradores (Attorresi, 2009). Todo esto se ve reflejado en un mejor clima laboral, en el aumento de los resultados en la empresa y en el mejoramiento de la comunicación de la organización.

La capacitación actúa como un importante incentivo, motiva al personal a colaborar y logra un compromiso mayor al sentirse parte de un plan integrado, en el cual su aporte contribuirá fervientemente en el logro de los objetivos, permitiendo el enriquecimiento a nivel personal y grupal (Attorresi, 2009).

### *1.3.2. Capacitación en las PYME*

Uno de los factores más importantes de cualquier empresa es el talento humano, especialmente en las PYME. Por tal motivo el capital intelectual debe ser enriquecido constantemente para mejorar los procesos productivos, la forma de trabajo y el clima laboral. Cabe resaltar que es importante invertir dinero, tiempo y recursos en capacitación para retener al talento humano; por ello se deben alinear otras estrategias de satisfacción de personal, como incentivos, mejora del espacio laboral, pagos justos, aprendizajes diferentes a sus trabajos (proyecto de vida, familia, etc.), estimulación de actividades deportivas y artísticas, entre otras, con el fin de que los esfuerzos puestos en la capacitación sean realmente provechosos y satisfactorios (Mejía, Montoya & Vélez, 2010).

Teniendo en cuenta el conjunto de los problemas relacionados con la gestión de las PYME, la falta de capacitación disminuye la cultura de la innovación y el desarrollo tecnológico, mientras que las empresas que dan capacitación lo hacen de manera selectiva en las etapas críticas de los procesos de gestión (Palomo, 2005), es decir, la capacitación es un proceso continuo necesario para la formación constante y el adecuado seguimiento, para que constantemente se enriquezca la organización y arroje los mejores resultados posibles, contribuyendo con el mejoramiento productivo y competitivo de las PYME no

sólo en México sino de acuerdo con los estándares mundiales de las empresas y de la capacitación (Mejía, Montoya & Vélez, 2010).

Una capacitación directa implica que la propia empresa organiza y desarrolla los procesos de capacitación de sus trabajadores a través de la contratación de personal especializado o utilizando los recursos humanos propios (Poblete, 2004). Inicialmente, se puede hacer con los mismos miembros de la PYME, con el fin de lograr una mejor pedagogía y una considerable reducción de costos, lo único es saber escoger a los ponentes y determinar los objetivos y la forma de la capacitación. Posteriormente, se puede acudir a personas más capacitadas para continuar el proceso de formación (Mejía, Montoya & Vélez, 2010).

A pesar de la gran importancia que tienen las PYME en México, generalmente se carece de la capacitación o recursos necesarios para llevar a cabo su labor y conservar su actividad. Estudios especializados en el tema indican que sólo la mitad de éstas alcanza a sobrevivir durante dieciocho meses, según la Comisión nacional para la protección y defensa de los usuarios de servicios financieros (CONDUSEF, 2015). Se sabe que la detección de necesidades de capacitación no se aplica en toda su extensión, pocos son los microempresarios con estudios de licenciatura y los que la tienen son de diferente formación a la rama empresarial; esto puede ocasionar desconocimiento del uso de la capacitación (Moreno, Espíritu, Aparicio & Cárdenas, 2009).

Entre los factores que minimizan el desarrollo de las competencias en las PYME, se encuentran las limitantes de la oferta de capacitación y consultoría, y la ausencia de desarrollo de actividades empresariales vinculadas con Universidades (Moreno, Espíritu, Aparicio & Cárdenas, 2009). Básicamente, el gran problema de desarrollar una estrategia integral de capacitación consiste en proponerla a los empresarios PYME, para aceptarla y posteriormente implementarla en la empresa; esto se debe a que algunas personas se resisten al cambio y tienen métodos que les han funcionado toda la vida, sin embargo, existen otros métodos que podrían llegar a ser mejores y darles beneficios mayores (Mejía, Montoya & Vélez, 2010).

### 1.3.3. *¿Cómo se capacitan las mujeres?*

La base formativa de las mujeres en los negocios se compone de conocimiento empírico, adquirido en sus tareas dentro de las empresas familiares, y en menor cantidad de

conocimiento técnico e instrumental (López, 2013); se ha demostrado que el conocimiento empresarial heredado es importante para asegurar el éxito de los negocios de las mujeres (López, 2013).

En el caso de la formación básica, se observa que la escuela refleja la influencia cultural del medio social, por lo que las niñas y las jóvenes en general son motivadas a tomar clases “tradicionales” y no se dirigen hacia los cursos “no tradicionales”, como las matemáticas y las ciencias. Como resultado de este proceso de socialización, los logros de las mujeres en las matemáticas y las ciencias son menores. También, las niñas suelen ser desalentadas a tomar clases sobre la utilización de herramientas de reparación y de maquinaria (López, 2013), a pesar de ello, actualmente las mujeres empresarias presentan una tendencia hacia su integración en el sector manufacturero (Hernández, 2010).

Las mujeres muestran un menor interés en desarrollar una actividad emprendedora durante la elección vocacional, mientras que los hombres muestran mayor interés (Wilson, 2007); sin embargo, las empresarias tienden a ser más jóvenes que los empresarios (INMUJERES, 2009), aunque las empresas dirigidas por mujeres tienen una infraestructura tecnológica débil (García, García & Madrid, 2012).

Los proyectos de empresa o negocios surgen por dificultades de inserción en el mercado de trabajo, y en muy pocos casos las competencias adquiridas en las ocupaciones anteriores pueden vincularse con las necesidades y requerimientos de información, adiestramiento y competencias que requiere un proyecto de índole empresarial (González, 2000).

Es necesario crear una “mentalidad empresarial”<sup>3</sup> entre las mujeres de bajos recursos dedicadas a pequeños negocios y empresas (Bauer, Finnegan & Haspels, 2004), ya que las mujeres con mayor nivel educativo son las que tienden a emprender menos y a liquidar más fácil y rápidamente sus negocios (Justo, 2007). Generalmente, las mujeres evitan solicitar financiamientos, ya que prefieren pedir prestado a sus familiares (Hernández, 2010), mientras que los cursos a los que acuden para capacitarse en emprendimiento son de corta duración como charlas y talleres, los cuales no tienen impacto en el desempeño

3 Es una facultad, habilidad o aptitud específica adquirida mediante costumbres y hábitos de lo cotidiano y lo automático, para hacer frente a situaciones coyunturales y estructurales de la sociedad o colectividad específica en la solución de problemas, la satisfacción de necesidades y el cumplimiento de expectativas que demanda la sociedad en el tiempo y en el espacio (Rodríguez, 2005).

de este tipo de empresas (Monge y Rodríguez, 2014). Por ello, la capacitación debe proporcionar conocimientos empresariales, desarrollar las habilidades de las mujeres y elevar su autoestima como seres humanos, con derechos y no sólo con obligaciones.

#### *1.3.4. Capacitación en las PYME lideradas por mujeres*

Mediante una capacitación bien estructurada es posible impactar el desempeño de las empresas al modificar la forma en que son administradas (Bloom et al., 2013); por tal motivo, surge la importancia de recalcar que las necesidades de capacitación de las mujeres emprendedoras están aún por atenderse, una de las razones es la reciente inclusión de éstas al mundo empresarial (García, García & Madrid, 2012).

Las mujeres necesitan formarse en administración y negociación para transformar sus actividades de supervivencia en empresas más productivas y rentables (Bauer, Finnegan & Haspels, 2004). Esta idea concuerda con la de la Organización Internacional del Trabajo (2017), que señala que parece existir una relación entre la formación de las mujeres y el incremento del éxito en su gestión empresarial. Sin duda el desarrollo de emprendedores, ya sean hombres o mujeres, conlleva un esfuerzo dirigido, por lo que es preciso desarrollar una cultura de emprendedores, que se construye a través de la promoción a una mayor capacitación y entrenamiento sobre las diversas formas de elegir, administrar y desarrollar empresas. Una forma de promover cultura emprendedora en las empresas lideradas por mujeres, en particular, es a través del desarrollo escolar (SELA, 2010).

Los programas de capacitación dirigidos a las mujeres y los programas que apoyan el otorgamiento de créditos a los propietarios de negocios también impulsan el crecimiento de sus empresas y les permiten fortalecer su resistencia ante las crisis macroeconómicas. Si bien las propietarias de empresas no tienen menos habilidades empresariales que los hombres, las mujeres tienen menos probabilidades de conseguir capacitación y servicios de desarrollo empresarial, pues, generalmente, la capacitación en el mercado se concentra en los roles tradicionales y se excluye a la mujer de los sectores más productivos y de mayor crecimiento (Banco internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco mundial, 2010).

Otros de los impedimentos para la existencia de la capacitación en las PYME de mujeres es la falta de recursos, en especial si se encuentran en su etapa inicial, debido a que las empresas en esta etapa generan pocos ingresos, y el rezago educativo que tienen algunas



mujeres empresarias por lo que la capacitación no es considerada como una inversión y no es una necesidad prioritaria a atender en su empresa (Fernández, 1997). Igualmente, no existe una cultura empresarial entre la gran mayoría de mujeres empresarias, pues en varias ocasiones no se conciben a sí mismas como tales, cosa que no sucede con los empresarios. En resumen, se puede mencionar que la capacitación para las mujeres, en general, y para las empresarias mexicanas, en particular, es una herramienta necesaria para el desenvolvimiento tanto personal como profesional.

Sin duda, la capacitación de las mujeres no sólo aporta beneficios a la empresa y el mundo laboral, sino a la sociedad, pues tener una sociedad más equitativa permite un mayor desarrollo económico y humano en nuestra sociedad.

Con base en la revisión anterior, en la tabla 4 se muestran las variables e indicadores que se tomaron como base para desarrollar el instrumento de medición de esta investigación y que se analizarán a detalle en la parte de metodología.

**Tabla 4.** Capital humano y capacitación en las empresas dirigidas por mujeres

Variable	Indicador	Autores
Capacitación escolar	Tareas aprendidas	López, 2013
	Asignaturas orientadas a emprendimiento	Bauer, S., Finnegan, G. & Haspels, N. 2004
	Orientación vocacional	Wilson, 2007
	Elección de carrera	Wilson, 2007
	Nivel de estudios	Justo, 2007
Capacitación empresarial	Edad	INMUJERES, 2009
	Conocimiento técnico	López, 2013 García, García & Madrid 2012 Hernández, 2010
	Conocimiento heredado	López, 2013
	Vinculación con conocimientos anteriores	González, 2000
Necesidad de capacitación	Reconocimiento de la necesidad	Bauer, et al. 2004 Hernández, 2010
	Reconocimiento como empresarias	INMUJERES, 2009
	Duración de la capacitación	Monge y Rodríguez, 2014
	Establecimiento de metas	Bauer, S., et al. 2004
	Búsqueda de información	Bauer, S., et al. 2004
	Planificación	Bauer, S., et al. 2004
	Cercanía con los empleados	Padilla, 2008

continúa



Variable	Indicador	Autores
Destreza empresarial	Organización	Materano, Ruíz, Torres, & Valera, 2009
	Redes empresariales	Díaz, Hernández, Sánchez, & Postigo, 2010
	Créditos bancarios	INMUJERES, 2009
Sector empresarial	Cantidad de empresas dedicadas a servicio	INMUJERES, 2009 Junquera, 2004
	Cantidad de empresas dedicadas a comercio	INMUJERES, 2009 López, 2008 Junquera, 2004
	Cantidad de empresas dedicadas a manufactura	INMUJERES, 2009 López, 2008
	Cumplimiento de pago	Bauer, S., et al. 2004
Responsabilidades como empresarias	Colaboración con trabajadores	Padilla, 2008
	Herencia familiar	López, 2013
Experiencia en gestión	Comunicación con los empleados	INMUJERES, 2009
	Tamaño de la empresa	Hernández, 2010
Inicio de la empresa	Recursos	INMUJERES, 2009
	Giro de la empresa	López, 2008
	Tiempo de inserción en el mundo empresarial	INMUJERES, 2009

**Fuente:** elaboración propia con base en los autores citados.

## 2. Metodología

Esta investigación es un estudio cualitativo, de corte transversal con alcance descriptivo, dado que se intenta caracterizar la variable capacitación en las empresas dirigidas por mujeres.

### 2.1. Muestra

Se realizó un muestreo de sujetos voluntarios, recolectando los datos a través de un cuestionario directo estructurado a las propietarias de 272 empresas PYME de la Ciudad de México. Se tomaron como criterios que la propietaria o accionista mayoritaria fuera mujer y que tuvieran de 4 a 250 empleados, considerando que la microempresa es la que tiene hasta 10 empleados, la pequeña empresa de 11 a 50 empleados y la mediana de 51 a 250 empleados (De acuerdo con la clasificación señalada en el Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009).

## 2.2. Instrumento de medición

Se aplicó un cuestionario directo estructurado, para recolectar datos acerca de las variables e indicadores que se describen en la tabla 5:

**Tabla 5.** Variables e indicadores del cuestionario

Variables	Indicadores
Datos de la empresa	Sector, tamaño, antigüedad, razón social.
Datos de la empresaria	Edad, estado civil, nivel de estudios, experiencia laboral y empresarial, número de hijos, responsabilidades familiares, nivel de estudios de los padres, ocupación de los padres, razones para emprender, barreras para emprender.
Capacitación	Adquisición de conocimientos empresariales, cursos de capacitación, áreas de capacitación, curso de utilidad para el negocio, instituciones de capacitación, motivos para capacitarse, duración de los cursos, solicitud de cursos, programa de capacitación, áreas en que se capacita, motivos para capacitar, uso de la capacitación.
Organización y toma de decisiones	Misión, visión, organigrama, manuales, áreas funcionales, proceso de toma de decisiones, capacitación a empleados, riesgo del negocio.
Redes	Clientes, proveedores, competidores, asociaciones empresariales, instituciones financieras, instituciones gubernamentales.
Percepción de la empresaria	Características de empresarias, obstáculos que enfrentan las empresarias, tipo de liderazgo.
Competitividad	Oportunidades de negocios, uso de tecnologías de información, origen del capital, crecimiento del capital, ingresos, factores del entorno, crecimiento del sector, crecimiento de la empresa y metas.
Financiamiento	Fuentes de financiamiento, apoyos gubernamentales, apoyos privados, destino del financiamiento, requisitos, plazos, costos, obstáculos para obtener un crédito.

**Fuente:** elaboración propia.

En este trabajo se presenta el análisis y resultados de la variable “capacitación” únicamente, considerando que el objetivo de la investigación es caracterizar la capacitación de las PYME dirigidas por mujeres en la Ciudad de México y analizar la relación que existe entre el nivel de estudios de la empresaria y la aplicación de las herramientas administrativas en la gestión.

## 2.3. Recolección de datos

Los datos se recolectaron en el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2016, aplicando personalmente el cuestionario a las 272 empresarias que voluntariamente accedieron a colaborar con la investigación en las 16 delegaciones de la Ciudad de México.

### 3. Resultados

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

#### 3.1. *Características de las empresas y empresarias*

El 49 % de las empresas pertenece al sector servicios, el 39 % corresponde al sector comercio y sólo el 12 % es del sector industria, siendo coincidente con la literatura previa que indica que las empresas dirigidas por mujeres se concentran principalmente en servicios y comercio (Banco internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco mundial, 2010). En cuanto al tamaño, el 92 % corresponden a empresas de tamaño micro, el 7 % son empresas pequeñas y menos del 1 % corresponden a empresas medianas, corroborando la literatura previa donde se señala que las empresas dirigidas por mujeres son principalmente de tamaño micro (Espino, 2005). El 80 % de las empresas son personas físicas o naturales, es decir, carecen de personalidad jurídica.

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

#### 3.2. *Capacitación*

En este apartado, se describe la capacitación de la empresaria y de sus colaboradores, así como las necesidades de capacitación de las empresas lideradas por mujeres.

Respecto a la adquisición de conocimientos empresariales, la mayoría de las empresarias adquirió conocimientos empresariales a través de la familia (66.2 %), lo cual significó un impulso para iniciar su negocio, siendo este hallazgo coincidente con lo que señala López (2013) de que el inicio de un negocio para las mujeres es parte de su herencia familiar,

pues vieron a sus padres hacerlo, mientras que más de una tercera parte no contó con este apoyo (33.8%).

Casi las tres cuartas partes (73.5%) de las empresarias manifestaron que la escuela les procuró herramientas para manejar su negocio, mientras que más de una cuarta parte (26.5%) no lo considera así, tal vez porque fueron orientadas a tomar clases tradicionales o feminizadas y no se han desarrollado en temas como las matemáticas y las ciencias (López, 2013).

El 89 % de las empresarias refieren la importancia de tomar cursos de capacitación empresarial, lo cual es relevante, dado que Bauer, Finnegan y Haspels (2004) señalan que se debe fomentar una cultura empresarial para lograr la permanencia de la empresa. Junto a la importancia de tomar cursos, el 54.8% también mencionó haber tomado cursos de capacitación empresarial, lo que muestra su interés por seguir capacitándose. Es decir, sólo un poco más de la mitad de las empresarias manifiesta haber tomado cursos de capacitación empresarial, esto se debería a lo que señalan Monge y Rodríguez (2014) que los cursos que toman las mujeres son de corta duración y no tienen impacto en el desempeño; por otra parte, es posible que uno de los impedimentos para la capacitación de las empresarias sea la falta de recursos.

Las empresarias han puesto énfasis en su capacitación en las áreas de administración y contabilidad (54%). En comercialización se toma en mercadotecnia, promoción, publicidad y ventas (43.60%) y en aspectos de organización (30%), lo cual muestra su preocupación por mantener una organización en su empresa y llevar sus registros contables. Estos resultados coinciden con los datos de INEGI (2015) donde encontraron que el 19% de las mujeres han tomado capacitación en estos tópicos; en lo que se refiere al tema de mercadotecnia, las empresarias están preocupadas por impulsar sus ventas al responder afirmativamente el 43% de estas. En cuanto al desarrollo humano, se logra un 28.20% y en recursos humanos se alcanza un 26.80%, lo que coincide con lo que señala Padilla (2008), que las mujeres se orientan hacia las personas concediendo más importancia a la colaboración y formación (Ver tabla 6).

En los aspectos de computación, así como en los aspectos fiscales y contables se tiene un porcentaje menor de 29.5% y 23.50% respectivamente (Ver tabla 6). Este menor interés quizás se deba a la preferencia que tienen las mujeres en el área de estudios de la licenciatura, que generalmente se orienta hacia la educación y la salud. Según datos del ANUIES (2013), se da preferencia a la Pedagogía (2%), Educación preescolar (2.1%) y primaria (1.9%), así como a la Psicología (5.4%) y la Enfermería (2.6%).

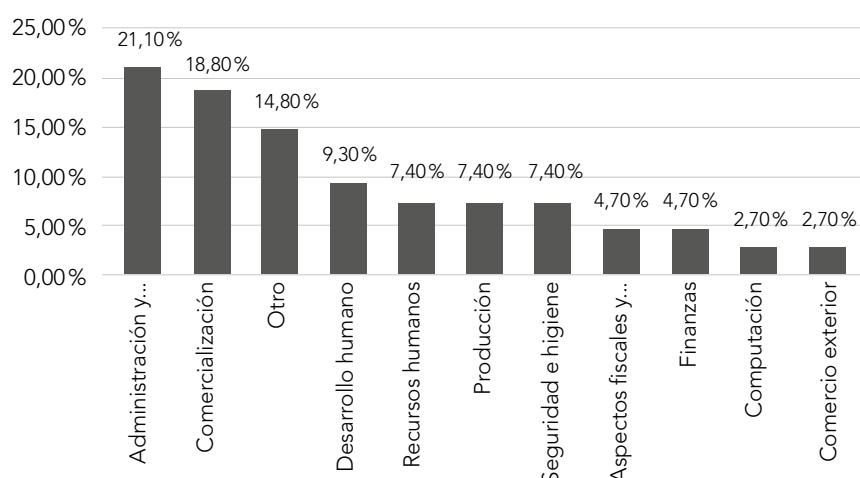
**Tabla 6.** Temas en que han tomado cursos

Temas	Sí
	Porcentaje
Administración y contabilidad	54.40 %
Comercialización, mercadotecnia, promoción, publicidad y ventas	43.60 %
Aspectos de organización	30.90 %
Computación	29.50 %
Desarrollo humano	28.20 %
Recursos Humanos	26.80 %
Seguridad e higiene	26.20 %
Aspectos fiscales y contables	23.50 %
Producción	22.10 %
Finanzas	22.10 %
Idiomas	16.80 %
Contaminación y medio ambiente	12.80 %
Manejo, mantenimiento y reparación de equipos y maquinaria	9.40 %
Comercio exterior	8.00 %

Nota: los porcentajes totales no suman 100 %, puesto que las preguntas fueron de opción múltiple.

**Fuente:** elaboración propia.

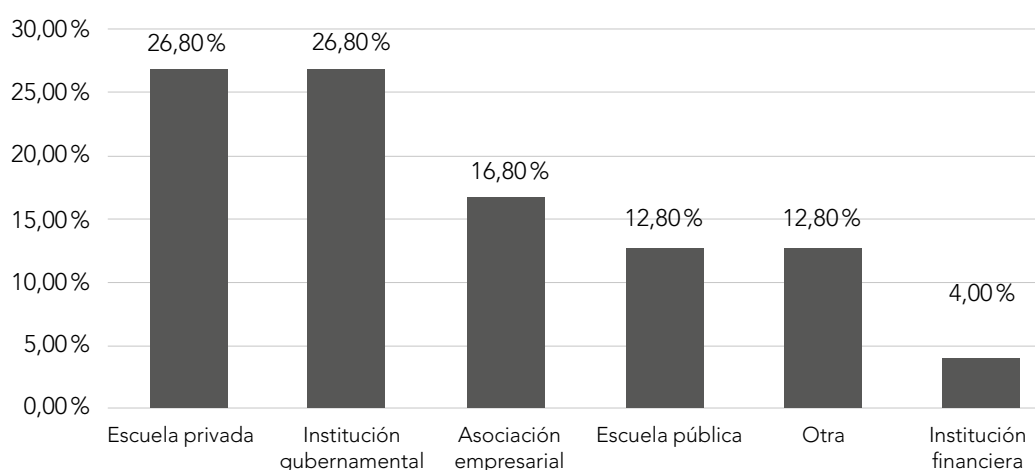
Por otra parte, las áreas de administración, contabilidad y mercadotecnia son las que han sido de mayor utilidad para la operación de sus negocios, coincidiendo con lo encontrado por la ANUIES (2013), donde los más altos porcentajes de capacitación recaen en estas áreas con un 33 %, mientras que la capacitación en servicios alcanza el 31%, es decir, priorizan cursos que tienen relación directa con la gestión empresarial, a fin de lograr la permanencia de la empresa (ver figura 1).



**Figura 1.** Curso de utilidad para la operación de negocios

**Fuente:** elaboración propia.

Son las escuelas privadas y las instituciones gubernamentales las que mayormente han resultado atractivas para las empresarias como medio de capacitación, las primeras posiblemente por la amplia difusión que realizan y las segundas porque generalmente ofrecen cursos gratuitos o a bajo costo; sin embargo, al sumar la institución gubernamental con la escuela pública se tendría un porcentaje de 39.60 %, mientras que la asociación empresarial, que generalmente tiene un costo por membresía, y la escuela privada suman 43.6 %, lo que muestra que se tiene un número ligeramente mayor en la capacitación con costo, lo que estaría indicando que a las empresarias les interesa capacitarse y están dispuestas a pagar por ello (ver figura 2).



**Figura 2.** Lugares donde se tomaron los cursos

**Fuente:** elaboración propia.

Resolver algún problema o mejorar el manejo de la empresa ha sido la mayor motivación de las empresarias para buscar cursos de capacitación, así como ampliar y adquirir conocimientos sobre un tema en particular (ver tabla 7).

**Tabla 7.** Motivos para asistir a los cursos

	Frecuencia	Porcentaje
Resolver algún problema o mejorar el manejo de la empresa	56	37.6 %
Adquirir conocimientos sobre el tema	45	30.2 %
Ampliar sus conocimientos sobre el tema	36	24.2 %
Porque era un requisito para poder recibir un apoyo	5	3.3 %
Otro	7	4.7 %
Total	149	100.0 %

**Fuente:** elaboración propia.

En cuanto al número de horas promedio de los cursos, se encontró que se utilizaron 44.76 horas, y un 98 % señaló haber implementado los conocimientos de dichos cursos en su negocio, lo que demuestra la habilidad que tienen para llevar la teoría a la práctica; sin embargo, si se considera que el año tiene 52 semanas, se puede notar que son pocas 44 horas de capacitación, es decir, menos de una hora semanal, coincidiendo con lo señalado por Monge y Rodríguez (2014), quienes encontraron que las mujeres asisten a cursos de corta duración.

Respecto de los cursos que desearían tomar las empresarias, son los de administración, contabilidad y mercadotecnia los que ocupan los primeros lugares de preferencia, posiblemente porque son los que se consideran de mayor utilidad en el manejo de su empresa y sirven para la permanencia del mismo. Por otra parte, el análisis muestra que las empresarias empiezan a tener interés en los temas de finanzas (ver tabla 8).

**Tabla 8.** Cursos que se desean tomar

	Sí	No
	Porcentaje	Porcentaje
Administración y contabilidad	40.80%	59.20%
Comercialización, mercadotecnia, promoción, publicidad y ventas	34.90%	65.10%
Finanzas	27.90%	72.10%
Aspectos fiscales y contables	26.10 %	73.90 %

continúa

	Sí	No
	Porcentaje	Porcentaje
Computación	23.20%	76.80%
Seguridad e higiene	20.60%	79.40%
Desarrollo humano	20.20%	79.80%
Producción	21.00%	79.00%
Aspectos de organización	19.90%	80.10%
Idiomas	19.50%	80.50%
Comercio exterior	14.70%	85.30%
Contaminación y medio ambiente	10.70%	89.30%
Manejo, mantenimiento y reparación de equipos y maquinaria	9.90%	90.10%

**Fuente:** elaboración propia.

Los cursos menos solicitados son los que se refieren a idiomas y comercio exterior, esto se debería a que las PYME dirigidas por mujeres sirven al mercado local únicamente.

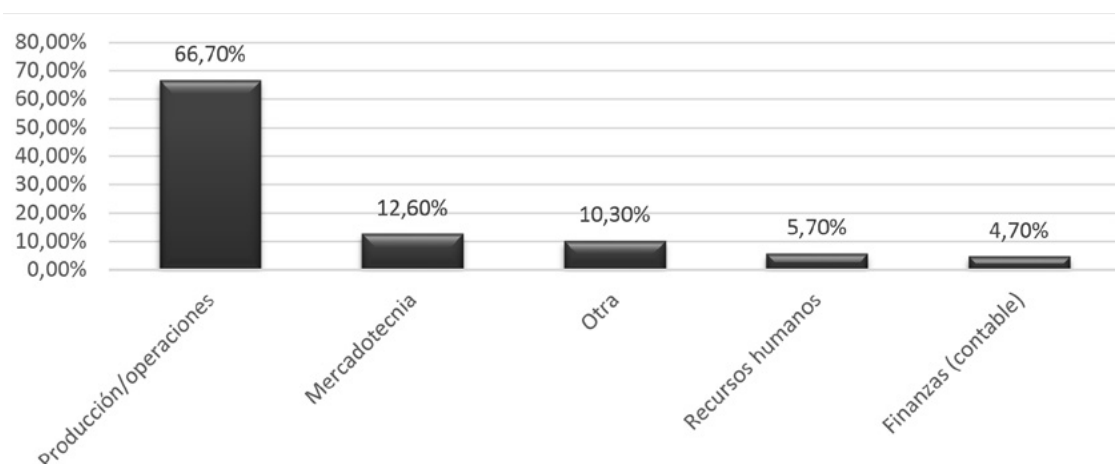
En suma, se observa que las mujeres empresarias de la Ciudad de México encuestadas, se encuentran conscientes de la importancia de la capacitación la cual les ha permitido un mejor manejo de sus negocios, pues tienen una mayor propensión hacia la contabilidad, la administración y el *marketing*.

Este resultado se puede aunar a la necesidad de las empresarias por dominar estas materias, ya que, si analizamos las áreas en que las mujeres en general se desenvuelven, corresponden a la educación y a la salud como la enfermería y la psicología. Además, que en muchas ocasiones el aprendizaje en el negocio lo han heredado de su familia, por lo que necesitan estar mejor informadas acerca del mismo.

Casi el 70 % no cuenta con programas de capacitación para los empleados, esto se debería a que las mujeres no identifican la capacitación como un área prioritaria en la empresa. Se puede inferir que este alto porcentaje se debe a un desconocimiento de la ley laboral o a la falta de planeación para brindar la capacitación, la cual es importante para un mejor desempeño de la empresa que se traduce finalmente en beneficios para la misma.



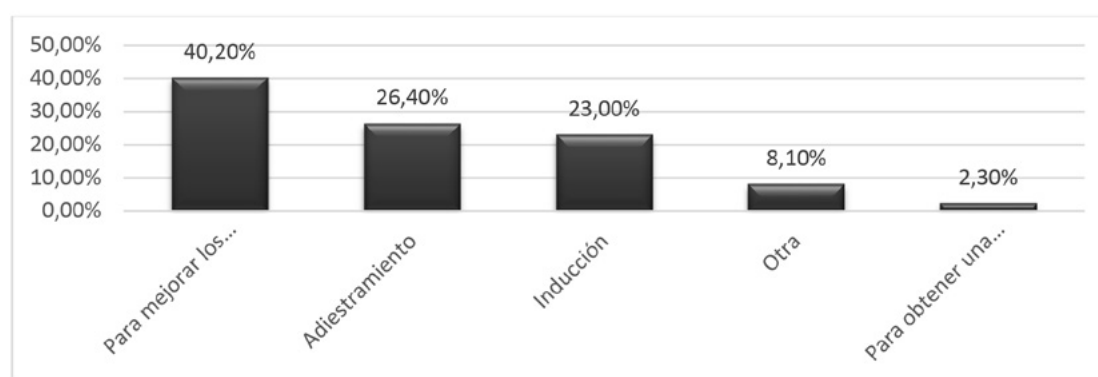
En cuanto a las áreas de capacitación, se le da prioridad a la producción y operaciones dado que la empresaria se encuentra preocupada por la operación diaria del negocio (ver figura 3).



**Figura 3.** Áreas de capacitación

**Fuente:** elaboración propia.

En este sentido, la mejora de los resultados es el mayor impulso para implementar programas de capacitación a los empleados, dado que un personal capacitado genera valor para la empresa (Altorresi, 2009), lo cual coincide con el 40.2 % de las empresarias que manifestaron que como resultado de la capacitación esperar mejorar los resultados (ver figura 4).



**Figura 4.** Objetivo de la capacitación

**Fuente:** elaboración propia.

Con el fin de establecer la relación que existe entre la capacitación de la empresaria y la aplicación de herramientas administrativas para llevar a cabo su gestión, se realizó un análisis de tabulación cruzada, (Chi cuadrado con un nivel de confianza de 96 % y un error alfa de 5 %) de las variables nivel de estudios de la empresaria y organización y toma de decisiones, se presenta a continuación de manera resumida los resultados de las respuestas positivas únicamente.

Como se puede observar en la tabla 9, los mayores porcentajes de aplicación de herramientas administrativas lo obtienen las empresarias con nivel de estudios de licenciatura, lo que estaría demostrando que a mayor nivel educativo, más probabilidades de éxito en la gestión empresarial, como consecuencia de la profesionalización de la empresaria (OIT, 2017).

**Tabla 9.** Nivel de estudios de la empresaria y Organización y toma de decisiones

Cuenta con	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Licenciatura	Maestría	Doctorado
Organigrama	1.1 %	3.7 %	8.1 %	12.1 %	4.0 %	0.0 %
Plan de negocios	0.4 %	2.9 %	8.5 %	21.7 %	4.4 %	0.4 %
Plan de ventas	1.1 %	4.8 %	12.9 %	20.6 %	3.3 %	0.4 %
Programa de capacitación	0.4 %	3.7 %	6.6 %	14.0 %	3.3 %	0.0 %
Presupuestos	1.5 %	4.8 %	11.0 %	20.2 %	2.9 %	0.0 %
Misión, visión, objetivos	2.2 %	4.0 %	12.9 %	22.8 %	5.5 %	0.0 %
Sistema de contabilidad	1.5 %	5.5 %	10.7 %	21.3 %	3.7 %	0.0 %
Manuales de procedimientos	0.7 %	3.7 %	6.3 %	10.3 %	3.3 %	0.0 %
Manual de funciones	0.0 %	3.7 %	8.1 %	10.3 %	2.9 %	0.4 %

**Fuente:** elaboración propia.

### 3.3. *Discusión*

Los principales hallazgos encontrados señalan que las mujeres que inician un negocio pueden adquirir conocimientos heredados en su entorno familiar y empresarial, esto coincide con López (2013) quien afirma que estas empresarias desde temprana edad obtuvieron herramientas y mostraron interés para dirigir su negocio.

Sin embargo, existen mujeres que tienen mayor interés en otras formaciones como son licenciaturas en Enfermería, Educación preescolar, Contaduría y Educación primaria (ANUIES, 2013), lo cual obedece al papel cultural que han desarrollado las mujeres en México, pues se les ha encasillado en ciertas actividades que pertenecen sólo al género femenino, alejándolas de las actividades propias del género masculino.

A pesar de esta separación de roles y actividades, la situación económica ha influido en esta asignación de tareas, y en la actualidad las carreras matemáticas o ingenierías ya son tomadas por mujeres, lo que en años pasados resultaba impensable, al igual que el encontrar mujeres profesionistas luchando por un puesto de trabajo, buscando un trato equitativo en la sociedad, lo cual muestra el avance de los tiempos modernos en donde empiezan a cambiar los roles asignados por la sociedad a los hombres y a las mujeres.

En este sentido, el desarrollo escolar es un factor importante que impulsa a las mujeres a crear sus propias empresas y a tener mejores herramientas para lograr el éxito. Por este motivo, las mujeres emprendedoras son conscientes que deben seguir formándose y participando en cursos de capacitación empresarial para fomentar su cultura empresarial tal y como lo señalan Bauer, Finnegan y Haspels (2004). No es de extrañar que los temas de interés mostrados por las mujeres encuestadas se refieran a la administración, la contabilidad, la comercialización y la organización, lo cual coincide con los hallazgos de ANUIES en el 2013, quien señala que las mujeres prefieren capacitarse en estas materias y también manifiestan que éstos cursos han sido de gran utilidad para administrar sus negocios y desarrollar herramientas para resolver problemas eficientemente, por lo que están dispuestas a pagar el costo de la capacitación. A pesar de esta afirmación, se observa que aún es insuficiente la cantidad de horas que las empresarias destinan a la capacitación, al igual que el pago de cursos, ya que en la mayoría de las encuestadas se observó un mayor interés por pertenecer a una asociación empresarial que generalmente tiene un costo por membresía y por la escuela privada sumando un 43.6%, porcentaje que queda ligeramente por arriba de la escuela pública que ofrece cursos a bajo costo o gratuitos. De acuerdo con los hallazgos de Monge y Rodríguez (2014) y reforzado con la investigación, las mujeres empresarias dedican menos horas a la capacitación realizando cursos muy cortos, como consecuencia de la doble función que realizan, ya que la mayoría atiende el hogar y la empresa.

Con base en los resultados obtenidos, resulta preocupante saber que hay un alto porcentaje de empresas dirigidas por mujeres que no tienen programas de capacitación, algunas otras solamente optan por la formación de sus empleados en temas operativos, esperando que éstas acciones mejoren los resultados de su desempeño; sin embargo, la mayor parte de las emprendedoras no han logrado visualizar la importancia de su propia capacitación, para lograr mejores resultados en la organización, como lo señala Atorresi (2009) al mencionar que un personal capacitado genera valor para la empresa, ya que la capacitación es uno de los indicadores del Capital Intelectual de acuerdo con Annie Brooking (1997), Sveiby (1997), Bueno, Rodríguez y Salmador (1999), Nevado y López (2002), Edvinsson y Malone (1997; 2003) y Rodríguez (2004).

Gracias a esta investigación se muestra la relación que existe entre el nivel de estudios de la empresaria y el uso de herramientas administrativas para la organización y toma de decisiones, por lo que se puede afirmar que si existe un mayor nivel de estudios de las empresarias, aumenta la probabilidad de éxito de sus empresas.

## Conclusiones

De las 272 empresarias encuestadas se encontró que el 36 % tenían el nivel de licenciatura; de este porcentaje, el 46% se desarrolló en el área empresarial, lo cual nos muestra el interés por realizar cursos de capacitación en el área de administración y contabilidad; por su parte, el área de comercialización tuvo un 54 %, la mercadotecnia, promoción, publicidad y ventas, un 43.60 %, y en aspectos de organización, un 30%.

Otro de los hallazgos en la investigación se relacionan con el estado civil de las empresarias, en donde el 52 % están casadas o tienen pareja, mientras que el 35 % son solteras y la menor proporción están divorciadas o viudas. Estos porcentajes nos indican la situación que tienen que enfrentar las mujeres en su vida cotidiana, la cual se ve afectada por su rol dentro de la sociedad mexicana que se caracteriza por seguir los estereotipos de la mujer al cuidado de la casa y en el caso de las mujeres empresarias de hacerse cargo de un negocio.

También queda de manifiesto que muchas mujeres emprenden como parte de su herencia familiar, y están interesadas en la búsqueda constante de nuevos conocimientos y herramientas para llevar a cabo con éxito su función empresarial. Sin embargo, a pesar de la doble función que desempeñan las mujeres entre familia y trabajo, no se impide el interés por la capacitación. Si bien el tiempo dedicado a la capacitación es muy breve, demuestran que son capaces de aplicar los conocimientos adquiridos en su gestión como empresarias. Esto último se ve reforzado por el hecho de que en la muestra de nuestro estudio las mujeres con nivel de licenciatura se encuentran mejor preparadas para utilizar las nuevas herramientas que adquieren en sus cursos de capacitación.

La aplicación de programas de capacitación por parte de las empresarias es incipiente, lo que estaría limitando el desarrollo de sus empresas, ya que la capacitación es un factor importante de generación de valor en las mismas, por lo que se hace indispensable que se incluya la capacitación desde el propio nacimiento de la empresa, para lograr un alto nivel de competitividad.

Gracias al análisis de la relación entre el nivel de estudios de la empresaria y la aplicación de herramientas administrativas en su gestión empresarial, fue posible inferir la importancia que tienen los niveles de educación superior para las mujeres empresarias, en especial en las áreas administrativas, pues al estar capacitada podrá comprender, elegir y utilizar las herramientas pertinentes en sus propias empresas.

En suma, se recomienda proponer mayores acciones de apoyo a la capacitación empresarial, particularmente a las empresas lideradas por mujeres; dichos apoyos pueden surgir a través de incubadoras de negocios, entidades de fomento, cámaras empresariales, u otros entes encargados de fomentar el emprendimiento en México que beneficiará no sólo a estas mujeres, sino a la población en general, pues este beneficio se verá reflejado en la construcción de una sociedad incluyente y equitativa.

## Referencias bibliográficas

- Adler, N. (2002). Global managers: no longer men alone. U.K. *International Journal of Human Resource Management*, 13(5), 743-760.
- ANUIES. (2013). *Estadísticas de educación superior, posgrado. Ciclo escolar 2011-2012*. México: ANUIES.
- Attorresi, R. (2009). *Capacitación en PyMes. Herramienta de gestión para generar conocimiento específico, lograr el desarrollo sostenido y acompañar el crecimiento*. Argentina: Universidad Abierta Interamericana.
- Banco internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco mundial. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe*. Washington, DC.: Banco Mundial.
- Bauer, S., Finnegan G., & Haspels, N. (2004). *Get Ahead for Women in Enterprise Training Package and Resource Kit*. Suiza: International Labour Organization.
- Bloom, N., Eifert, B., Mahajan, A., McKenzie, D., & Roberts, J. (2013). Does Management matter? Evidence from India. U.S.A.. *The Quarterly Journal of Economics*. 128(1), 1-51.
- Brooking, A. (1977). *El capital intelectual. El principal activo de las empresas del tercer milenio*. Barcelona: Paidós.
- Bueno, E. (2011). *Modelo Intellectus de medición, gestión e información del capital intelectual*. Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Bueno, E., Rodríguez, P., & Salmador, M. (1999). *Gestión del conocimiento y capital intelectual: Análisis de experiencias en la empresa española*. Actas X Congreso AECA. Zaragoza.
- Bueno, E., Rodríguez, P., & Salmador, M. (1999). *Experiencias en Medición del Capital Intelectual en España: El Modelo Intellect*. España: Instituto Universitario Euroforum Escorial.
- Cabrera, J. (2005). *Evaluación de la capacitación y de su impacto en el desempeño individual y organizacional*. V Congreso Internacional Virtual de Educación. Escola de Formació en Mitjans Didàctics de la Universitat de les Illes Balears, España.
- Camarena, M., & Saavedra, M. (2018). La perspectiva de género en los programas de estudio de las licenciaturas contables administrativas. *Noésis, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 27(54) 40-58. Doi: <http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2018.2.3>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (Tercera edición). México: Mc Graw Hill.
- CONDUSEF. (2015). *Empresario PYME como usuario de servicios financieros*. México: Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.

- Contreras, F. (2012). La mujer y el liderazgo empresarial. Colombia. *Revista Diversitas. Perspectivas en Psicología*, 8(1) 183-194.
- Demuner, M., Nava, R., & Sandoval, R. (2015). *TI en la dinámica del conocimiento empresarial*. México: Universidad Nacional Autónoma del Estado de México.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*. Nueva York: Harper Business.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (2003). El capital intelectual. Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa. Barcelona: Gestión 2000.
- 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.
- Fernández, A. (1997) Algunas características de las mujeres políticas. *Sociológica*, 12(13), 99-116.
- García, M., García, D., & Madrid, A. (2012). Caracterización del comportamiento de las Pymes según el género del gerente: un estudio empírico. *Cuadernos de Administración. Universidad del Valle*, 28(47), 37-53.
- GEM (2016). *Reporte Nacional 2016*. México: Tecnológico de Monterrey.
- González, G. (2000). *Principios para la formulación y evaluación de programas de apoyo a micro y pequeñas empresas locales*. Argentina: Universidad Nacional del Sur.
- Grados, J. (2007). *Capacitación y desarrollo de personal*. México: Trillas.
- Hernández, E. (2010). Nuevas tendencias en el mundo empresarial: la participación de las mujeres. *La Ventana*, (32), 52-79.
- Hidalgo, L. (1998). *Gestión de la capacitación en las organizaciones*. Lima: Ministerio de salud.
- INEGI (2013). *Módulo de Educación, Capacitación y Empleo* (MECE). México: INEGI.
- INEGI. (2009). *Módulo de Educación, Capacitación y Empleo* (MECE). México: INEGI.
- INEGI. (2015). *Mujeres y hombres en México, 2013*. México: INEGI.
- INMUJERES (2009). *Empresas de mujeres=Empresas Exitosas*. México: Instituto Nacional de Mujeres.
- Junquera, J. (2004). Factores contextuales, empresariales e intrínsecos a la empresaria y éxito en las empresas propiedad de mujeres: una revisión de la literatura. En D. Ribeiro, S. Roig, V. R., Torcal, A. de la Torre, & E. Cerver, *The Entrepreneur and Starting Up New R&D&T Businesses* (pp. 961-985), Valencia: Universitat de Valencia, España.



- Justo, R. (2007). La influencia del género en el fracaso empresarial: una aplicación al caso de España. España: *Revista de Empresa* (20), 52-64.
- López, E. (2013). Las mujeres en empresas, profesiones y ocupaciones no tradicionales: La experiencia de Puerto Rico. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 8(2), 1564-1574.
- López, F. (2008). *Una mirada a la presencia femenina en empresas no tradicionales en Puerto Rico desde un paradigma feminista*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.
- Lyness, K., & Thompson, D. (2000). Climbing the Corporate Ladder: Do Female and Male Executives Follow the Same Route? *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 86-101.
- Marín, F. (2001). El Capital intelectual como activo organizacional. *Espacio Abierto*, 10(3), 409-430.
- Materano, W., Ruíz, L., Torres, C., & Valera, A. (2009). Una mirada a la formación empresarial para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades. Venezuela, *Visión Gerencial*, 8(2), 279-290.
- Mejía, A., Montoya, A., & Vélez, N. (2010). *Estrategia integral de capacitación orientada hacia la innovación tecnológica y el mejoramiento productivo en pymes*. 8th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology, Arequipa.
- Monge, R., & Rodríguez, J. (2014). El impacto de los servicios financieros y de capacitación en las MIPYMES de Costa Rica. *Tec Empresarial*, 8(1), 19-32.
- Moreno, H., Espíritu, R., Aparicio, V., & Cárdenas, A. (2009). Capacitación en las micro y pequeñas empresas de la Ciudad de Tecomán, Colima, México. *Multiciencias*, 9(1) 38-45.
- Navas, I. (2013). Cómo podemos optimizar las competencias de la mujer emprendedora. *Equipos y talento*, España: Customedia.
- Nevado, D., & López, V. (2002). Indicadores del capital intelectual: El caso de las entidades de crédito. *Partida Doble*, (132), 58-69.
- Nonaka, I. (1991). The Knowledge Creating Company. *Harvard Business Review*, 69(6) 96-104.
- OIT (2017). La mujer en la gestión empresarial. Cobrando impulso en América Latina y el Caribe. Ginebra: Oficina internacional del trabajo.
- Padilla, M. (2008). Opiniones y experiencias en el desempeño de la dirección escolar de las mujeres en Andalucía. España, *Relieve*, 14(1), 1-27.
- Palomo, M. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las PYMES. *Ingenierías*, 8(28) 25-31.



- Poblete, R. (2004). *Capacitación laboral para las PyMes: una mirada a los programas de formación para jóvenes en Chile*. Santiago de Chile: CEPAL, Naciones Unidas.
- Rocha, T., & Díaz, R. (2005). Cultura de género: La brecha ideológica entre hombres y mujeres. *Anales de psicología*, 21(1), 42-49.
- Rodríguez, R. O. (2004). *El capital social como componente crítico del capital intelectual de las cajas de ahorros* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, España.
- SELA, (2010). *Desarrollando Mujeres empresarias: La necesidad de replantear políticas y programas de género en el desarrollo de PyMes*. Caracas: Sistema económico Latinoamericano y del Caribe.
- Senge, P. (2007). *La quinta disciplina*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Serret E., & Méndez, J. (2011). *Sexo, género y feminismo*. México: Suprema Corte de Justicia de la Nación, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Instituto Electoral del Distrito Federal.
- STPS-INEGI. (2013). *Encuesta nacional de ocupación y empleo, 2012*. México: INEGI.
- Sveiby, K. E. (1997). The intangible assets monitor. *Journal of human resource costing and accounting*, 2(1) 73-97.
- Torres, J. (2005). Enfoques para la medición del impacto de la gestión del capital humano en los resultados de negocio. *Pensamiento & Gestión*, 18,151-176.
- Wilson, K. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. U.S.A *Entrepreneurship Theory and Practice*, 3(31) 387-406.